

جـــــامـــــــعة دمــــــــشق

كلـــــيـة الـــــتربـــــيـة

قسم علــم النفـس

مهارات التواصل الاجتماعي وعلاقتها بالأداء الوظيفي لدى الإعلاميين السوريين

"دراسة ميدانية لدى عينة من الإعلاميين السوريين في الهيئة العامة للإذاعة والتلفزيون"

رسالة مقدمة لنيل درجة الماجستير في علم النفس العام

إعداد:

الطالبة ريهام زيد الحلبي

إشراف:

الـدكتـــور مجـــدي الفـــارس

الأستاذ المساعد في قسم علم النفس

العام الدراسي

٢٠١٥/٢٠١٦م

١٤٣٦/١٤٣٧هـ

Damascus University

Faculty of Education

Department of psychology



Social communication skills and their relationship to job performance with the Syrian media professionals

(A field study in a sample of the Syrian media professionals at the Public Authority for Radio and Television)

Study Presented For Attaining A Master Degree In General Psychology

Prepared by

Reham Zaid Al- Halaby

Supervised by

Dr. Majdi Al- Fares

Assistant professor In Psychology department

2015/2016

1436/1437

شكر وتقدير

بدايةً أحمد الّله كثيراً وأشكر فضله الّذي منَّ عليَّ بإنجاز هذا العمل المتّواضع ويسّر لي طريقه.

وأتقدّم بأسمى آيات الشّكر وأبلغ عبارات التّقدير والامتنان لأستاذي الفاضل الدّكتور **مجدي الفارس** على ما قدّمه لي من عون كبير، إذ لم يبخل عليّ بجهد أو علم أو وقت لمتابعة تقدم الدّراسة، وتقديم النّصح والإرشاد فأشكره كل الشّكر على تشجيعه ومؤازرته طوال فترة الدّراسة.

وأغتنم الفرصة لأعبّر عن تقديري وامتناني مع فائق شكري لأعضاء لجنة الحكم الأفاضل الدّكتور **محمّد عماد سعدا** والدّكتورة **فاتن بركات** لتكرّمهم بقبول عضوية لجنة الحكم مقدرةً لهم ما بذلوه من جهد ووقت في تقييم هذه الدّراسة وتصويبها، وشاكرةً لهم تلك الملاحظات والتّوجيهات القيّمة الّتي وجّهت مسار الدّراسة.

كما أتقدّم بالشّكر والامتنان لأساتذتي الكرام محكّمي أدوات الدّراسة في كليّتي التّربية و الإعلام بجامعة دمشق.

والشّكر الجزيل للإعلاميّين السّوريّين أفراد عيّنة الدّراسة في الهيئة العامّة للإذاعة والتّلفزيون، لما أظهروه من التزام وجهد وصبر في الإجابة على أدوات الدّراسة جزاهم الّله كلّ الخير، وأخصّ بالشّكر قسم العلاقات العامة لما قدّموه من تسهيلات ومساعدات لتطبيق أدوات الدّراسة.

كما لا أنسى أن أتقدّم بالشّكر والامتنان إلى عائلتي وأصدقائي ورفاق دربي لمساندتهم ودعمهم المعنوي لي.

لكم جميعاً أقدّم هذا العمل المتّواضع.

الطالبة

ريهام الحلبي

فهرس المحتويات

فهرس الملاحق		
الملحق	عنوان الملحق	الصفحة
١	الملحق الأول: أسماء السادة المحكمين لأدوات الدراسة	١٧٣
٢	الملحق الثاني: مقياس مهارات التواصل الاجتماعي بصورته الأولية	١٧٤
٣	الملحق الثالث: عدد العبارات التي تم حذفها من مقياس مهارات التواصل الاجتماعي من قبل السادة المحكمين.	١٧٨
٤	الملحق الرابع: عدد العبارات التي تم تعديلها من مقياس مهارات التواصل الاجتماعي من قبل السادة المحكمين	١٧٩
٥	الملحق الخامس: عدد العبارات التي تم إضافتها على مقياس مهارات التواصل الاجتماعي من قبل السادة المحكمين.	١٨٠
٦	الملحق السادس: مقياس مهارات التواصل الاجتماعي بصورته النهائية	١٨١
٧	الملحق السابع: مقياس الأداء الوظيفي بصورته الأولية	١٨٤
٨	الملحق الثامن: عدد العبارات التي تم تعديلها من مقياس الأداء الوظيفي من قبل السادة المحكمين.	١٨٧
٩	الملحق التاسع: مقياس الأداء الوظيفي بصورته النهائية	١٨٩

فهرس الجداول

	والدرجة الكلية له وبين أبعاد مقياس الأداء الوظيفي والدرجة الكلية له	
٣٧	معاملات ارتباط بيرسون بين درجات أفراد عينة البحث ممن لديهم سنوات عمل من ١٠ إلى أقل من ٢٠ سنة على أبعاد مقياس مهارات التواصل الاجتماعي والدرجة الكلية له وبين أبعاد مقياس الأداء الوظيفي والدرجة الكلية له	١٢٤
٣٨	معاملات ارتباط بيرسون بين درجات أفراد عينة البحث ممن لديهم سنوات عمل من ٢٠ إلى أقل من ٣٠ سنة على أبعاد مقياس مهارات التواصل الاجتماعي والدرجة الكلية له وبين أبعاد مقياس الأداء الوظيفي والدرجة الكلية له	١٢٥
٣٩	معاملات ارتباط بيرسون بين درجات أفراد عينة البحث ممن لديهم سنوات عمل أكثر من ٣٠ سنة على أبعاد مقياس مهارات التواصل الاجتماعي والدرجة الكلية له وبين أبعاد مقياس الأداء الوظيفي والدرجة الكلية له	١٢٥
٤٠	معاملات ارتباط بيرسون بين درجات أفراد عينة البحث ممن يعملون في التلفاز على أبعاد مقياس مهارات التواصل الاجتماعي والدرجة الكلية له وبين أبعاد مقياس الأداء الوظيفي والدرجة الكلية له	١٢٧
٤١	معاملات ارتباط بيرسون بين درجات أفراد عينة البحث ممن يعملون في الإذاعة على أبعاد مقياس مهارات التواصل الاجتماعي والدرجة الكلية له وبين أبعاد مقياس الأداء الوظيفي والدرجة الكلية له	١٢٧
٤٢	قيم ت ستودنت لدلالة الفروق بين متوسطات درجات الاعلاميين الذكور ومتوسطات درجات الإعلاميات على الدرجة الكلية لمقياس مهارات التواصل الاجتماعي وأبعاده الفرعية	١٢٩
٤٣	قيم ت ستودنت لدلالة الفروق بين متوسطات درجات الإعلاميين العاملين في التلفاز ومتوسطات درجات الإعلاميين العاملين في الإذاعة على الدرجة الكلية لمقياس مهارات التواصل الاجتماعي وأبعاده الفرعية	١٣١
٤٤	الإحصاء الوصفي لإجابات عينة البحث حسب متغير سنوات العمل	١٣٤
٤٥	تحليل التباين الأحادي الاتجاه للفروق في إجابات عينة الدراسة تبعاً	١٣٥

الفصل الأول:

مدخل الدراسة

أولاً: مقدمة الدراسة:

ثانياً: مشكلة الدراسة:

ثالثاً: أهمية الدراسة:

رابعاً: أهداف الدراسة:

خامساً: أسئلة الدراسة:

سادساً: فرضيات الدراسة:

سابعاً: منهج الدراسة:

ثامناً: المجتمع الأصلي للدراسة:

تاسعاً: عينة الدراسة:

عاشراً: أدوات الدراسة:

الحادي عشر: حدود الدراسة:

الثاني عشر: مصطلحات الدراسة وتعريفاتها الإجرائية:

أولاً: مقدمة الدراسة:

إنّ تحوّل الإنسانيّة إلى الحياة الاجتماعيّة هو تحوّل يؤول في أساسه إلى التّفاعل بين البشر وإلى قدرات الاتّصال المتطوّرة الّتي يتمتّع بها الإنسان، فالاتّصال يعتبر العمود الفقري للمجتمع، حيث يعدّ عمليّة جوهريّة لسائر المخلوقات، وبدون اتّصال يعيش الإنسان منعزلاً عن أخيه الإنسان في بقيّة المجتمع سواء كان انعزالاً حضاريّاً أو انعزالاً اجتماعيّاً، حيث تتطوّر شخصيّة الفرد متأثّرة بالتّقاليد والإرث الثّقافيّ والاجتماعيّ وبالتّجارب الّتي يخوضها وتصقلها البيئة والثّقافة الّتي يعيش في ظلّهما.

فالتّواصل عمليّة اجتماعية لا يمكن أن تعيش بدونها أي جماعة إنسانيّة أو منظّمة اجتماعيّة ولا يمكن أن تنشأ وتستمر دون اتّصال يجري بين أعضائها، لأن التواصل هو أساس كل تفاعل اجتماعي، ويتم عن طريق إرسال رسالة معينة من المرسل إلى المستقبل، مع النتائج المترتبة على ذلك، وليكون التواصل فعالاً يجب أن يكون المعنى الذي يقصده المرسل هو الذي يصل بالفعل إلى المستقبل، وتتضح أهمية التواصل في مجال العمل والأداء، حيث يتّجه التّواصل نحو تحسين العمل وتوزيع المسؤوليّات ودعم التّفاعل بين العاملين في المؤسّسة أو الهيئة، من خلال العلاقات الاجتماعية لتحقيق الأداء الناجح والتواصل الفعّال، ومن بين وسائل التواصل تلعب وسائل الإعلام دوراً هاماً وأساسياً في التواصل بين البشر، حيث تقوم بنقل المعلومات والمعارف وتقدم البرامج بأشكالها كافة، والتي تناسب جميع الأعمار ومختلف الآراء والثقافات، "وتحتاج وسائل الإعلام إلى إعلاميين لديهم كفاءات وخبرات ومعارف ومهارات تمكنهم من التواصل البناء في ظل تدفق ضخم للمعلومات والبيانات، والعمل في بيئة شديدة التواصل" (Flynn, 2014, p363).

فالإعلامي الناجح يسعى من خلال مهاراته التواصلية أن يقوم بعمله الإعلامي بنجاح لتحقيق كفاءة الأداء من خلال القيام بالمهام الموكلة إليه بشكل فعال وناجح، ويسعى لتحسين الإنتاجية، ويكون مسؤولاً في اتخاذ القرارات وتنفيذها لإنجاح العمل الإعلامي، لذلك يجب أن تتوفر مهارات التواصل الاجتماعي لدى الإعلامي، لإيصال رسائله الإعلامية إلى المتلقي بشكلها المقصود والصحيح، ويحقق أهدافه المهنية فالأداء هو النتيجة النهائية للنشاط والجهد المبذولين من قبل الإعلاميين للارتقاء به إلى أعلى المستويات.

ثانياً: مشكلة الدراسة:

" تؤدّي مهارات التواصل الاجتماعي دوراً ناجعاً في تحديد نجاح الأداء في العمل وهذا ما أكّده ريجيو وآخرون (2003) Riggio et al "، فمن خلال التواصل الجيد هناك مزايا كبيرة يمكن تحقيقها في مجال العمل والأداء، ومنها: تعزيز شبكة واسعة من العلاقات الاجتماعية التي تتميز بالثقة وحسن النية والتعامل بالمثل، والعاملين الذين يتمتعون بمهارات التعامل مع الآخرين يحافظون على علاقات جيدة مع المؤسسين للعمل وهم أكثر عرضة، لتلقي رفع الأجور وزيادة الترقيات (Hargie,2011,p3-17)."والحقيقة أنّ الإعلام والاتصال مرتبطان ارتباطاً وثيقاً منذ الأزل"(العبدالله، ٢٠٠٥، ص٤١).حيث تلعب وسائل الإعلام دوراً أساسياً في المجتمع، فهي توفر الوصول إلى المعرفة وتساهم في تشكيل الآراء فهي تمكننا من نشر المعلومات إلى الآخرين بوسائل مختلفة ولغايات متعددة، وهي ممثلة للمجتمع من قبل الإعلاميين الذين من خلالهم يتم تحقيق التواصل الاجتماعي الناجح بما يمتلكونه من معلومات ومهارات (Light,2011, p51). وإنّ عدم كفاية هذه المهارات يسبب مشاعر مثل: الشعور بالوحدة، والقلق الاجتماعي، والاكتئاب، وتقييم ذاتي منخفض، وعدم النجاح المهني والتعليمي (Ghorbanshiroudi,2011,p1561).

"ويشير كل من غومز ورودريغيوز(2012)Gómez& Rodríguez في دراستهما إلى أن المعارف ومهارات التواصل مفيدة لتطوير الكفاءة في العمل الإعلامي، ولتحقيق التواصل الفعّال بين الثّقافات"، ويتعرض التواصل الفعال لمعوّقات لغويّة ونفسيّة "وهذا ما أكّد عليه إسمان (Isman, 2003) في دراسته أنّ التواصل الفعال يتعرض لحواجز منها: المشاكل اللغوية، الحواجز النفسية، سوء الفهم، اختلاف الثقافة، ويتم تحقيق التواصل الفعال من خلال القضاء على هذه الحواجز، لتحقيق التفاهم بين أفراد المجتمع"، وهذا ما أكّده باتل وريمر (2004) Patil and Riemer في دراستهما أن هناك علاقة بين الثقة بالنفس ومهارات التواصل الاجتماعي، حيث بينا أن قلة الثقة بالنفس تدل على عدم وجود مهارات تواصل (Duggan,2014,p2). وينبغي على الإعلامي أن يكون ملمّاً بمهارات التواصل الاجتماعي التي تعمل على تنمية مهارات الإعلاميين التحليلية من خلال مراجعة مفاهيم الاتصال المناسبة، وزيادة قدرتهم على التفكير والاستنتاج بشكل دقيق وتمكينهم من استخدام خبراتهم وتجاربهم (لوهيغيرسون، ٢٠٠٦، ص٢٠).حيث أنّ الصفات المهمة مهنياً بالنسبة للإعلاميين الشمولية والوضوح في التأثيرات الانفعالية، وقوة الأنا والاستقرار الانفعالي والرقابة والسيطرة العالية على السلوك وردود الفعل السريعة على الفشل، والسعي إلى

تحقيق الإنجازات والشعبية ومعرفة آثار ونتائج الاتصال، هذه الصفات تسمح لهم بأن يكونوا ناجحين مهنياً (الرمحين ودرويش، ٢٠٠٥، ص ١٩٤-١٩٥). ومن أجل القيام بأداء إعلامي ناجح، يهدف مقدمو البرامج الحوارية النموذجية الحديث والتواصل مع ضيوفهم وهم يسعون لتجنب الجلسات التي تقتصر على السؤال والجواب، ويشارك مقدمو البرامج الحوارية الناجحين في النقاش ويضيفون معلومات وروايات وتعليقات عميقة (هايد، ٢٠٠٨، ص٣٤)."ويشير كل من بيل ومونيتّا(٢٠٠٨) Pell& Monetta إلى أنّ فهم المعلومات اللفظية التي يقولها الإعلاميون أمر مهم، لكن الأهم من ذلك كيف يقولون هذه المعلومات، ومن هنا تظهر أهمية الإشارات غير اللفظية: تعابير الوجه، وضع الجسم، الإيماءات، نبرة الصوت كلها ضرورية لفهم العواطف ومن أجل قيام التفاعلات الاجتماعية الفعالة".

ومن خلال القيام بدراسة استطلاعية والحديث مع المذيعين والمذيعات في الهيئة العامة للإذاعة والتلفزيون، عبر بعضهم عن نقص الدورات التدريبية الإعلامية لمهارات التواصل الاجتماعي والأداء الإعلامي، أو توفرها ولكن بتكاليف عالية جداً، مما يحول دون التحاق الإعلاميين بهذه الدورات، أو عدم توفر الوقت للالتزام بهذه الدورات التدريبية، وهذا ما زاد الإحساس بالمشكلة، حيث خصّصت الطّالبة الإعلاميّين في الهيئة العامّة للإذاعة والتّلفزيون، بسبب اهتمامها بمجال علم النّفس الإعلاميّ، ورغبتها في رؤية كيفية أداء الإعلاميّين من المذيعين والمذيعات، وأهمية دراسة مهارات التواصل الاجتماعي لدى الإعلاميين وبشكل خاص المذيعين، لأنهم يتواصلون مع الآخرين بشكل مستمر، ويجرون اللقاءات والبرامج الحوارية، ولكي يتم أداءهم بشكله الصحيح ويكون تواصلهم مع الضيوف والجمهور فعال، لا بد من دراسة مهارات التواصل الاجتماعي لدى الإعلاميين ومعرفة مستوى هذه المهارات لدى هؤلاء الإعلاميين ، ولأن الإعلاميين أحد ممثلي الثقافة السورية والفكر السوري، لا بد من دراسة أدائهم الإعلامي، لمعرفة نقاط الضعف في الأداء والعمل على تفاديها.

وفي ضوء ما تقدم يمكن تحديد مشكلة الدراسة في التساؤل الآتي:

ما طبيعة العلاقة بين مهارات التواصل الاجتماعي والأداء الوظيفي لدى الإعلاميين؟

ثالثاً: أهمية الدراسة:

١ـ تسليط الضوء على مهارات التواصل الاجتماعي لدى الإعلاميين وعلاقتها بأدائهم الوظيفي، نظراً لأهميّة دورهم في التأثير بالرّأي العام، وخاصة في الوقت الراهن وفي ظل الأزمة والحرب التي تتعرض لها سورية، حيث يلعب الإعلاميون دوراً هامَّاً في مواجهة هذه الحرب، وكشف التّزييف الإعلامي المغرض.

٢ـ قلة الدراسات التي تتناول الإعلاميين بشكل عام والمذيعين بشكل خاص، فأغلب الدراسات التي تناولت مهارات التواصل، تناولتها لدى ذوي الحاجات الخاصة، ولم تتناولها لدى الإعلاميين المذيعين بالرغم من أهمية دراسة مهارات التواصل الاجتماعي لدى الإعلامي، فعلى حد علم الباحثة لا توجد دراسات محلية تتحدث عن مهارات التواصل لدى الإعلامي، بالإضافة إلى حداثة الموضوع وأهمية دراسته لدى الإعلاميين المذيعين.

٣ـ أهمية دراسة الإعلاميين لدورهم المهم في إنجاح العمل الإعلامي وبالتالي نجاح المحطة التّلفزيونيّة والإذاعيّة ، في تحقيق نسبة عالية من جمهور المشاهدين والمستمعين، وأهمية مهارات التواصل الاجتماعي في تنظيم عملية التواصل، وتحقيق التواصل الفعال وإيصال وتلقي المعلومات اللازمة عن طريق التواصل اللفظي وغير اللفظي، وتحقيق الأهداف المحددة من عملية التواصل، وهي إيصال المعلومات الصحيحة والدقيقة.

٤ـ الاستفادة من نتائج هذا البحث في القيام بدورات تدريبية للإعلاميين تنمي مهاراتهم التواصلية وتكريسها في خدمة عملهم الإعلامي.

٥ـ أهمية دراسة الأداء الوظيفي لكونه الوسيلة الوحيدة لتحقيق أهداف العمل من خلال قدرات الموظفين ومهاراتهم التواصلية ، وتبرز أهمية الأداء الوظيفي للعاملين من خلال نتائجه، فإن كان أداؤهم جيد فعال، ينعكس ذلك على المؤسسة ويضمن لها النجاح والتميز والاستمرارية.

رابعاً: أهداف الدراسة:

سعت الدراسة الحالية إلى تحقيق الأهداف التّالية:

١ـ تعرّف مستوى مهارات التواصل الاجتماعي، والأداء الوظيفي لدى أفراد عينة الدراسة.

٢ـ تعرّف طبيعة العلاقة الارتباطية بين مهارات التواصل الاجتماعي والأداء الوظيفي لدى أفراد عينة الدراسة.

٣ـ تعرّف طبيعة العلاقة الارتباطية بين مهارات التواصل الاجتماعي والأداء الوظيفي لدى أفراد عينة الدراسة تبعاً لمتغيرات (الجنس، سنوات العمل، العمل الإعلامي).

٤ـ الكشف عن الفروق بين متوسطات درجات أفراد عينة الدراسة على مقياس مهارات التواصل الاجتماعي تبعاً لمتغيرات (الجنس، سنوات العمل، العمل الإعلامي).

٥ـ الكشف عن الفروق بين متوسطات درجات أفراد عينة الدراسة على مقياس الأداء الوظيفي تبعاً لمتغيرات (الجنس، سنوات العمل، العمل الإعلامي).

خامساً: سؤالا الدراسة:

في ضوء أهداف الدراسة تحاول الدراسة الإجابة عن السؤالين الآتيين:

١ـ ما مستوى مهارات التواصل الاجتماعي لدى أفراد عينة الدراسة من الإعلاميين؟

٢ـ ما مستوى الأداء الوظيفي لدى أفراد عينة الدراسة من الإعلاميين؟

سادساً: فرضيات الدراسة:

سيتم اختبار الفرضيات التالية عند مستوى الدلالة (٠,٠٥):

الفرضية الأولى: لا توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين مهارات التواصل الاجتماعي والأداء الوظيفي لدى أفراد عينة الدراسة من الإعلاميين.

الفرضية الثانية: لا توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين مهارات التواصل الاجتماعي والأداء الوظيفي لدى أفراد عينة الدراسة تبعاً لمتغير الجنس.

الفرضية الثالثة: لا توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين مهارات التواصل الاجتماعي والأداء الوظيفي لدى أفراد عينة الدراسة تبعاً لمتغير سنوات العمل.

الفرضية الرابعة: لا توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين مهارات التواصل الاجتماعي والأداء الوظيفي لدى أفراد عينة الدراسة تبعاً لمتغير العمل الإعلامي(الإذاعة، التلفزيون).

الفرضية الخامسة: لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسّطاتِ درجاتِ أفرادِ عيّنةِ الدراسة على مقياسِ مهارات التواصل الاجتماعي تُعزى لمتغّيرِ الجنسِ.

الفرضية السادسة: لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسّطاتِ درجاتِ أفرادِ عيّنةِ الدراسة على مقياسِ مهارات التواصل الاجتماعي تُعزى لمتغّيرِ العمل الإعلامي (الإذاعة، التلفزيون).

الفرضية السابعة: لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسّطاتِ درجاتِ أفرادِ عيّنةِ الدراسة على مقياسِ مهارات التواصل الاجتماعي تُعزى لمتغّيرِ سنوات العمل.

الفرضية الثامنة: لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسّطاتِ درجاتِ أفرادِ عيّنةِ الدراسة على مقياسِ الأداء الوظيفي تُعزى لمتغّيرِ الجنسِ.

الفرضية التاسعة: لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسّطاتِ درجاتِ أفرادِ عيّنةِ الدراسة على مقياسِ الأداء الوظيفي تُعزى لمتغّيرِ العمل الإعلامي(الإذاعة، التلفزيون).

الفرضية العاشرة: لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسّطاتِ درجاتِ أفرادِ عيّنةِ الدراسة على مقياسِ الأداء الوظيفي تُعزى لمتغّيرِ سنوات العمل.

سابعاً: منهج الدراسة وخطواتها:

لتحقيق أهداف الدراسة والإجابة عن أسئلتها:

تمَّ الاعتماد في الدراسة الحالية المنهج الوصفي التحليلي، إذ يفيد المنهج الوصفي في رصد ظاهرة الدراسة كما توجد في الواقع، ويهتم بوصفها وصفاً دقيقاً من خلال التعبير النوعي الذي يصف الظاهرة ويوضح خصائصها، أو التعبير الكمي الذي يعطي وصفاً رقمياً يوضح مقدار أو حجم الظاهرة (ميلاد والشماس،٢٠١٢، ص٨٦).

ثامناً: المجتمع الأصلي للدراسة:

يتألف المجتمع الأصلي للدراسة من جميع الإعلاميين السوريين المذيعين العاملين في الهيئة العامة للإذاعة والتلفزيون في دمشق، وبلغ عدد أفراد المجتمع الأصلي (٢١٤) مذيعاً ومذيعة.

تاسعاً: عينة الدراسة:

بلغ عدد أفراد عينة الدراسة المعتمدة في الدراسة الحالية (١٧٦)إعلاميّاً وإعلامية من أصل (٢١٤) من الإعلاميين، وبنسبة (٨٢%) من حجم المجتمع الأصلي.

عاشراً: أدوات الدراسة:

تمّ استخدام الأدوات التالية في الدراسة الحالية:

١ـ مقياس مهارات التواصل الاجتماعي من إعداد الطّالبة، وهذا المقياس يتألف من (٣٦) عبارة.

٢ـ مقياس الأداء الوظيفي من إعداد الطّالبة، وهذا المقياس يتألف من (٢٩) عبارة.

الحادي عشر: حدود الدراسة:

١ـ الحدود الزمانية: تم تطبيق أدوات الدراسة في الفترة الممتدة من (٤/١٩) حتى (٥/١٠) ٢٠١٦م.

٢ـ الحدود المكانية: طُبقت أدوات الدراسة على عينة من الإعلاميين المذيعين العاملين في الهيئة العامة للإذاعة والتلفزيون.

٣ـ الحدود البشرية: طُبقت أدوات الدراسة على عينة مسحية من المذيعين العاملين في الهيئة العامة للإذاعة والتلفزيون، والتي بلغ عدد أفرادها (١٧٦) مذيعاً ومذيعة.

٤ـ الحدود الموضوعية: تناولت الدراسة مهارات التواصل الاجتماعي وعلاقتها بالأداء الوظيفي، وتم قياسها من خلال أدوات الدراسة المستخدمة، وكانت متغيرات البحث (الجنس، العمل الإعلامي، سنوات العمل)، وتم اختيار عينة مسحية شاملة من المذيعين والمذيعات في الهيئة العامَّة للإذاعة والتلفزيون في الجمهوريَّة العربيَّة السّورية.

الثاني عشر: مصطلحات الدراسة:

مهارات التواصل الاجتماعي: هي تبادل المعلومات والرسائل بطريقة قصدية لا عفوية من غير نقطة بداية ولا نهاية وتتحدد مهارات التواصل في مهارة تبادل الحوار ومهارة الدقة ووضوح العبارة ومهارة الإصغاء الجيد ومهارة اعتبار الآخر ومهارة توكيد الذات ومهارة التعاطف والمساندة(جاب الله وعلام، ٢٠١٠، ص٢١٤).

ويُقصد بمهارات التواصل الاجتماعي في هذه الدراسة: مجموعة من السلوكيات اللفظية وغير اللفظية التي تصدر عن الإعلامي والتي من خلالها يتلقى الرسائل ويصدر الاستجابات اللفظية والجسدية والإيمائية الملائمة والفعالة التي تحقق التواصل الفعال والقدرة على التعامل والتفاعل مع الآخرين، وتشمل هذه المهارات(مهارات التواصل اللفظي، مهارات التواصل غير اللفظي)، وذلك من خلال أدائه على مقياس مهارات التواصل الاجتماعي المستخدم في هذه الدراسة.

الأداء الوظيفي: مجموعة من السلوكيات الإدارية المعبرة عن قيام الموظف بعمله، وتتضمن جودة الأداء، وحسن التنفيذ والخبرة الفنية في الوظيفة، فضلاً عن الاتصال والتفاعل مع بقية أعضاء المنظمة والالتزام باللوائح الإدارية التي تنظم عمله، والسعي نحو الاستجابة لها بكل حرص(بنات، ٢٠٠٩، ص٣٢).

ويُقصد بالأداء الوظيفي في هذه الدراسة: مجموعة من السلوكيات الصادرة عن الإعلامي التي تعبر عن قيامه بالعمل، وتتضمن (كفاءة الأداء، ومستوى الأداء) ؛ من خلال القيام بالمهام الموكلة إليه على أحسن وجه والخبرة التي يكتسبها في ميدان العمل، والقدرة على تحمل المسؤولية وتحقيق الإنتاجية في العمل، وذلك من خلال أدائه على مقياس الأداء الوظيفي المستخدم في هذه الدراسة.

الإعلامي: كل من يستطيع رصد الظاهرة الإعلامية يحللها ويفسرها ويستنبط النتائج التي تخدم العملية الإعلامية وتطورها، ويهيّئ فرص معالجة الإشكاليات الاتصالية التي تفرزها الظاهرة الإعلامية المعنية(محسن، ٢٠٠٩، ص:٤٠).

ويُقصد بالإعلامي في هذه الدراسة: هو الشخص الذي يعمل في الهيئة العامة للإذاعة والتلفزيون (مذيع، مراسل، مقدم برامج).

مهارات التواصل اللفظي: وهي مهارات تواصلية مرتبطة بالسلوكيات اللفظية والتي تشتمل على التعبيرات اللغوية كالنطق والمحادثة(عبد المولى، ٢٠١٣، ص٣٠).

ويُقصد بمهارات التواصل اللفظي في هذه الدراسة: المهارات التي تتضمن مهارات النطق والاستماع والمحادثة والفهم والإدراك والصوت والإقناع.

مهارات التواصل غير اللفظي: هو عملية تبادل المعلومات والآراء والأفكار دون استخدام اللغة اللفظية كأداة اتصال، حيث يكون الاتصال باستخدام لغة الجسد وما يرادفها، وللتواصل غير اللفظي أشكال متعددة يمكن أن يستشف منها حالة الفرد كتعبيرات الوجه ووضع الجسم والمشية والمظهر العام والصمت والصوت وغير ذلك من التعبيرات الجسمية غير اللفظية التي تعبر عن حالة الإنسان الجسمية والنفسية (Torppa,2009,p1).

ويُقصد بمهارات التواصل غير اللفظي في هذه الدراسة: المهارات التي تتضمن تعابير الوجه ووضع الجسم والحيز المكاني(المسافة) بين الأشخاص والتعبير عن المشاعر.

كفاءة الأداء: العلاقة بين الجهد والموارد المستخدمة والمنفعة التي يحصل عليها أعوان المؤسسة (Barraux, 2000,p33).

ويُقصد بكفاءة الأداء في هذه الدراسة: قدرة الإعلاميين على استثمار الموارد المختلفة بأفضل الصور، واستغلال طاقاتهم وقدراتهم للحصول على أفضل أداء.

ويُقصد بمستوى الأداء في هذه الدراسة: تدني أو ارتفاع الأداء لدى الإعلامي حسب نتيجة أدائه في العمل.

الفصل الثاني:

الدراسات السابقة

توطئة

أولاً ـ الدراسات العربية:

ثانياً ـ الدراسات الأجنبية:

ثالثاً: تعقيب على الدراسات السابقة:

الفصل الثاني

الدراسات السابقة

توطئة:

الدراسات السابقة مرحلة من مراحل البحث العلمي، لها أهميتها، يُستعرض فيها الدراسات والأبحاث المتعلقة بالدراسة الحالية، لكي يُستفاد من نتائج هذه الدراسات بما يخدم هذه الدراسة، وليتم الانطلاق من حيث انتهت الدراسات السابقة، وليتم التّعرف على مراجع ومصادر أخرى تُغني الدراسة وتوفر الوقت، وليتم عرض عدداً من الدراسات العربية والأجنبية السابقة التي تتعلق بموضوع الدراسة مرتبة حسب تسلسلها الزمني، وقد تضمنت كل دراسة: عنوانها وتاريخها، والهدف منها، عينتها، أدواتها، أهم النتائج التي توصلت إليها، وفيما يلي يتم عرض الدراسات التي تم التوصل إليها، بالرغم من صعوبة إيجاد دراسات شبيهة بالدراسة الحالية، وقلة الدراسات السابقة التي تناولت موضوع الدراسة.

أولاً: الدراسات العربية:

١ـ دراسة فكري (٢٠١٤) في مصر:

عنوان الدراسة: العوامل المؤثرة في الأداء المهني للقائمين بالاتصال في المواقع الإخبارية الالكترونية.

أهداف الدراسة: هدفت الدراسة إلى التعرف على العوامل المؤثرة في الأداء المهني للقائمين بالاتصال في المواقع الإلكترونية الإخبارية وذلك من خلال التعرف إلى:

أـ السمات المهنية للقائمين بالاتصال في المواقع الإلكترونية الإخبارية .

ب ـ أثر استخدام التكنولوجيا على مستوى الأداء المهني للقائمين بالاتصال في المواقع الإلكترونية الإخبارية .

ج ـ مستوى الرضا الوظيفي للقائمين بالاتصال في المواقع الإلكترونية الإخبارية .

د ـ مستوى التفاعلية بين الجمهور والقائمين بالاتصال في المواقع الإلكترونية الإخبارية .

ذـ التعرف على معايير الأداء المهني للقائمين بالاتصال في المواقع الإلكترونية الإخبارية.

عينة الدراسة: شملت عينة الدراسة(١٤٣) من القائمين بالاتصال في المواقع الإخبارية.
منهج الدراسة: تمّ اعتماد منهج المسح الإعلامي الوصفي والتحليلي.

أدوات الدراسة: تمَّ اعتماد مقياس الأداء المهني .

نتائج الدراسة:

من أهم نتائج الدراسة أنه كلما كانت طبيعة علاقة القائمين بالاتصال في المواقع الإلكترونية الإخبارية بزملائهم إيجابية ارتفع مستوى الأداء المهني لديهم، وتشير نتائج الدراسة إلى ارتفاع مستوى الرضا الوظيفي للقائمين بالاتصال في المواقع الإلكترونية الإخبارية، ووجود حرص شديد من جانب القائمين بالاتصال في المواقع الإلكترونية الإخبارية محل الدراسة على التواصل والتفاعل مع الجمهور المستهدف عبر وسائل متعددة.

لا توجد فروق دالة إحصائياً بشأن تأثير المتغيرات الوسيطة (النوع ، المؤهل الدراسي ، سنوات الخبرة ، فئات العمر ، الموقع الوظيفي) في العوامل المؤثرة في الأداء المهني.

٢ـ دراسة المحتسب(٢٠١١) في الأردن:

عنوان الدراسة: مهارات الاتصال والرضا الوظيفي لدى الإعلاميين الرياضيين في الأردن بين الممارسة والتفعيل.

أهداف الدراسة: تعرف مهارات الاتصال لدى الإعلاميين الرياضيين في الأردن، ومدى رضاهم الوظيفي عن مهنتهم.

عينة الدراسة:

عينة عمدية مكونة من(٦٦) إعلامياً وإعلامية أردنية من مؤسسة الإذاعة والتلفزيون والصحف المحلية الأكثر انتشاراً.

أدوات الدراسة:

مقياس مهارات الاتصال من إعداد الباحث.

مقياس الرضا الوظيفي من إعداد الباحث.

نتائج الدراسة:

توصلت نتائج الدراسة إلى أن الإعلاميين الرياضيين يقدرون مهارات الاتصال لديهم على أنها مرتفعة، بينما قدروا مهارة الاستماع لديهم عموماً بدرجة قليلة، ودرجة الرضا الوظيفي عن وظائفهم جاءت مرتفعة.

٣ـ دراسة الدين (٢٠٠٩) في الجزائر:

عنوان الدراسة: الاتصال التنظيمي وعلاقته بالأداء الوظيفي.

أهداف الدراسة: معرفة العلاقة القائمة بين الاتصال التنظيمي والأداء الوظيفي، ومعرفة هل للمتغيرات: السن، المستوى التعليمي، الأقدمية تأثير على الأداء الوظيفي للعمال في المؤسسة؟

عينة الدراسة: عينة عشوائية ،تكونت عينة الدراسة من (٤٩) عاملاً .

منهج الدراسة: تم استخدام المنهج الوصفي التحليلي.

أدوات الدراسة: استمارة تكونت من محورين، المحور الأول تكون من (٢٢) بنداً تناول الاتصال التنظيمي والمحور الثاني تكون من(٢٠)بنداً تناول الأداء الوظيفي.

نتائج الدراسة:

وجود علاقة موجبة متوسطة بين الاتصال التنظيمي والأداء الوظيفي.

عدم وجود فروق دالة إحصائياً بين فئات المتغيرات(السن، المستوى التعليمي، الأقدمية) فهي لا تؤثر على مستوى الأداء الوظيفي.

٤ـ دراسة عابد(٢٠٠٩) في الأردن:

عنوان الدراسة: مهارات مقدمي البرامج في القنوات الفضائية ومدى نجاحها في تلبية رغبات جمهور الطلبة في الجامعات الأردنية.

أهداف الدراسة: هدفت هذه الدراسة إلى معرفة العوامل التي تؤثر في نجاح مقدمي برامج التلفزيون فيما يتعلق بجذب جمهور الطلبة في الجامعات الأردنية.

عينة الدراسة: تكونت عينة الدراسة من(٥٢٦) طالباً وطالبة من المسجلين في الجامعة الأردنية.

منهج الدراسة: اعتمدت هذه الدراسة على المنهج الوصفي.

أدوات الدراسة: حيث تم تصميم استبانة وتوزيعها على عينة مسحية من الطلبة في الجامعات الأردنية.

نتائج الدراسة:

أن أبرز العوامل المؤثرة في نجاح مقدمي برامج التلفزيون وفقاً للمشاهدين الطلبة في الجامعات الأردنية كانت لعامل مهارات التحدث ومهارات عوامل فنية مهمة بدرجة عالية، أما لغة الجسد ومهارات الاستماع بدرجة متوسطة.

وجود فروق ذات دلالة إحصائية في المتوسطات الحسابية لمجالات(لغة الجسد، مهارات التحدث، عوامل فنية مهمة) كعوامل مؤثرة في نجاح مقدمي برامج التلفزيون تبعاً لمتغير الجنس.

وجود فروق ذات دلالة إحصائية لمجال لغة الجسد ومجال مهارات الاستماع ومجال عوامل فنية ومهمة كعوامل مؤثرة في نجاح مقدمي برامج التلفزيون تبعاً لمتغير العمر لصالح الفئة العمرية(من ٢٤ـ٣٥ سنة).

٥ـ دراسة العلاوين(٢٠٠٩) في الأردن:

عنوان الدراسة: تكنولوجيا الاتصال وعلاقتها بأداء المؤسسات الإعلامية.

أهداف الدراسة: هدفت هذه الدراسة إلى تعرف تكنولوجيا الاتصال وعلاقتها بأداء المؤسسات الإعلامية، ودراسة الفروق بين متوسطات تقديرات أفراد عينة الدراسة حول مدى استخدام تكنولوجيا الاتصال وأداء مؤسسة الإذاعة والتلفزيون الأردنية وفقاً للخصائص الديموغرافية المتمثلة ب(النوع الاجتماعي، والعمر، والمؤهل العلمي، والخبرة، والمسمى الوظيفي)، وكذلك قياس أثر تكنولوجيا الاتصال على أنشطة وأداء مؤسسة الإذاعة والتلفزيون الأردنية، متمثلاً بمجالات (الإنتاجية، وكفاءة الأداء).

عينة الدراسة: تكونت عينة الدراسة من(٣٥٠) موظفاً وموظفة من العاملين في مؤسسة الإذاعة والتلفزيون الأردنية.

منهج الدراسة: اعتمدت الدراسة المنهج الوصفي.

أدوات الدراسة: استبانة اشتملت(٦٠) فقرة بصيغتها النهائية.

نتائج الدراسة:

عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة(٠،٠١)، بين تقديرات أفراد عينة الدراسة حول الأداء ككل، تعزى لخصائص(النوع الاجتماعي، والعمر، والخبرة).

يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة(٠،٠١) لاستخدام تكنولوجيا الاتصال في مجال الإنتاجية.

يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة(٠،٠١) لاستخدام تكنولوجيا الاتصال في مجال كفاءة الأداء.

٦- دراسة دوله واشتيوي (٢٠٠٦) في فلسطين:

عنوان الدراسة: القائم بالاتصال في المواقع الإلكترونية الإخبارية الفلسطينية.

أهداف الدراسة: التعرف إلى سمات القائم بالاتصال في المواقع الإلكترونية الإخبارية الفلسطينية، ومعرفة مدى توافر المعايير المهنية فيه.

عينة الدراسة: عينة عمدية، تكونت من (٦٠) عاملاً في المواقع الإلكترونية الإخبارية.

منهج الدراسة: تم استخدام المنهج المسحي.

أدوات الدراسة: صحيفة الاستقصاء المقنن.

نتائج الدراسة: أظهرت النتائج مدى النقص في التأهيل المهني للقائمين بالاتصال في المواقع الإلكترونية الإخبارية، وضعف أدائهم المهني، وتوضح الدراسة أن نسبة كبيرة من الذين التحقوا بدورات تدريبية، اعتبروا أنهم استفادوا في رفع مستوى أدائهم العملي، واكتساب خبرات ومهارات جديدة في مجال الإعلام الإلكتروني.

٧ـ دراسة المخلافي (٢٠٠٥) في اليمن:

عنوان الدراسة: المؤسسات الإعلامية في عصر تكنولوجيا المعلومات مع دراسة لواقع المؤسسات الصحفية اليمنية.

أهداف الدراسة: حيث هدفت الدراسة إلى التعرف على تكنولوجيا المعلومات والاتصالات، وارتباط العمل الإعلامي الحديث بها، والتأكيد على ضرورة استفادة المؤسسات الإعلامية منها في العمل الإعلامي.

عينة الدراسة: تشمل الإعلاميين العاملين في المؤسسات الإعلامية اليمنية.

منهج الدراسة: اعتمدت الدراسة المنهج المسحي ومنهج دراسة الحالة.

نتائج الدراسة:

بينت النتائج أن هناك نقصاً في إقامة دورات تدريبية في مؤسسة الإذاعة للصحفيين العاملين على استخدام التقنية الحديثة، الأمر الذي جعل الاستفادة من الحاسوب في العمل الصحفي لا تتعدى نصف عدد العاملين، وكذلك التأثير الإيجابي لدور تكنولوجيا المعلومات في زيادة فاعلية المنافسة الإعلامية لمؤسسة الإذاعة على المستوى المحلي والإقليمي.

وكذلك توصل الباحث إلى غياب مركز معلومات تقني وحديث للمؤسسة جعلها تفتقر إلى الإمكانيات في الحصول على تقنية خزن المعلومات واسترجاعها بصورة دقيقة وسريعة.

ثانياً: الدراسات الأجنبية:

١ـ دراسة ماتن وآخرين(matin et al., 2010) في إيران:

Relationship between Interpersonal communication Skills and Organizational Commitment.

عنوان الدراسة: العلاقة بين مهارات التواصل الشخصية والالتزام التنظيمي.

أهداف الدراسة: تحديد مهارات التواصل الشخصية التي تعزز (تزيد) الالتزام التنظيمي.

عينة الدراسة: تكونت عينة الدراسة من (١٠٢) موظف، (٦٨% ذكراً) ، (٣٢% أنثى).

أدوات الدراسة:

مقياس مهارات التواصل الشخصية من إعداد الباحثين**.**

مقياس الالتزام الوظيفي الذي أعده ماير وألين(Meyer & Allen,1991-1997).

نتائج الدراسة:

أظهرت نتائج البحث أنه كان لمهارة بناء الفريق علاقة ذات دلالة إحصائية مع الالتزام التنظيمي.

٢- دراسة أمريتافالي (Amritavalli,2008) في الهند:

عنوان الدراسة:

Media Work: An Authentic Context for Developing Communication Skills in English.

العمل الإعلامي: برنامج إعلامي تدريبي لتنمية مهارات التواصل باللغة الانكليزية.

أهداف الدراسة: هدفت الدراسة الحالية إلى تنمية مهارات طلاب كلية الإعلام، مثل إجراء المقابلات مع الناس، والتعامل مع الظروف الصعبة كالطقس والضجيج، من خلال برنامج إعلامي تدريبي.

عينة الدراسة: عينة عشوائية من طلاب كلية الإعلام .

أدوات الدراسة: برنامج تدريبي إعلامي من تصميم الباحث.

نتائج الدراسة: كان للتدريب الإعلامي تأثير في زيادة مهارات التواصل لدى طلاب كلية الإعلام، بالإضافة إلى أن الطلاب يفضلون معرفة أخبار بلدانهم من الإنترنت.

٣- دراسة رولد (Rowold,2007) في ألمانيا:

Individual Influences on Knowledge Acquisition in a Call Center Training Context in Germany.

عنوان الدراسة: أثر الشخصية في المعرفة المكتسبة لدى العاملين في مراكز التدريب للاتصالات في ألمانيا.

أهداف الدراسة: هدفت الدراسة إلى معرفة العوامل التي تؤثر في اكتساب المعرفة في برامج مؤسسات التدريب التنظيمية، ومعرفة تأثير التدريب في بناء العلاقات بين المتدربين.

عينة الدراسة: تكونت عينة الدراسة من (٨٤) مبحوثاً من العاملين في(١٠) مراكز اتصالات في ألمانيا.

أدوات الدراسة: برنامج تدريبي للعاملين، تم اختبار أداء العاملين قبل البرنامج وبعده.

نتائج الدراسة: للشخصية أثر على اكتساب المعرفة، والتعلم، والتدريب، للدافعية والحوافز والرغبة أثر إيجابي على الأداء ولاكتساب المعرفة.

٤- دراسة ديليو(De liu,2006) في تايوان:

عنوان الدراسة:

De- skilling effects on journalists: ICTS and the Labour process of Taiwanese Newspaper Reporters.

ضعف المهارات لدى الصحفيين وتأثير ذلك على قدراتهم في التواصل والمعلومات وعلى سير عمل التقارير الصحفية التايوانية.

أهداف الدراسة: هدفت الدراسة إلى معرفة تأثير ضعف المهارات على قدرات الصحفيين في التواصل والمعلومات وعلى سير عمل التقارير الصحفية التايوانية.

عينة الدراسة: تكونت عينة الدراسة من التقارير الصحفية التايوانية.

أدوات الدراسة: تحليل المضمون الإعلامي.

نتائج الدراسة: توصلت الدراسة إلى أن : لمهارات الصحفيين تأثيراً على تواصل الصحفيين وعلى سير عملهم، وأن سير العمل حالياً أفضل بكثير من السابق ويتم إنجاز التقارير الصحفية بشكل

أسرع من السابق، وعدد كلمات التقارير الصحفية اليوم أكثر من السابق، وأن الصحفيين الأكثر قدماً في العمل هم الأكثر خبرة ومهارة.

٥- دراسة هوكوارتر وآخرين (Hochwarter et al,2006) في أمريكا:

The Interaction of Social Skill and Organizational Support on Job Performance.

عنوان الدراسة: تأثير المهارات الاجتماعية والدعم التنظيمي على الأداء الوظيفي.

أهداف الدراسة: تعرف العلاقة بين المهارات الاجتماعية والأداء الوظيفي.

عينة الدراسة: تكونت عينة الدراسة من العاملين في شركة الاتصالات السلكية واللاسلكية في جنوب شرق الولايات المتحدة الأمريكية وتكونت من(١٣٦) عامل، ٦٤ ذكراً و٧٢ أنثى.

أدوات الدراسة:

مقياس المهارات الاجتماعية.

مقياس الأداء الوظيفي.

نتائج الدراسة:

هناك علاقة إيجابية بين المهارات الاجتماعية والأداء الوظيفي لدى العاملين في الشركة.

ثالثاً: تعقيب على الدّراسات السّابقة:

أهم ما استخلصته الباحثة من الدراسات السابقة يمكن توضيحه على النحو الآتي:

١ـ قلة الدراسات السابقة التي تخص مهارات التواصل الاجتماعي لدى الإعلاميين، ومنها: دراسة عابد (٢٠٠٩)، ودراسة المحتسب (٢٠١١)، وقلة الدراسات السابقة التي تخص الأداء الوظيفي لدى الإعلاميين، كدراسة فكري (٢٠١٤).

٢ـ تشابهت الدراسة الحالية مع دراسة المحتسب (٢٠١١) بعنوان مهارات الاتصال لدى الإعلاميين الرياضيين والرضا الوظيفي في الأردن بين الممارسة والتفعيل، **ومن حيث العينة:** تشابهت الدراسة الحالية مع دراسة المحتسب (٢٠١١)، ودراسة ديليو (De liu,2006)، ودراسة المخلافي (٢٠٠٥)، ودراسة العلاوين (٢٠٠٩) من حيث العينة المدروسة حيث كانت العينة من الإعلاميين العاملين في الإذاعة والتلفزيون واختلفت مع كل من دراسة الدين (٢٠٠٩)، ودراسة هوكوارتر وآخرون (Hochwarter et al,2006)، ودراسة ماتن وآخرين(matin et al., 2010) ، في أن العينة في هذه الدراسات كانت من العاملين في الشركات، **أمّا من حيث الأداة:** اختلفت الدراسة الحالية مع الدراسات السابقة لأن الباحثة قامت بإعداد مقياسي مهارات التواصل الاجتماعي والأداء الوظيفي كأدوات للدراسة، فأغلب الدراسات السابقة استخدمت أداة من إعداد باحثيها كدراسة عابد (٢٠٠٩)، ودراسة المحتسب (٢٠١١) ودراسة فكري (٢٠١٤)، **أمّا من حيث المتغيرات:** تشابهت الدراسة الحالية من حيث متغير الجنس مع دراسة عابد (٢٠٠٩)، ودراسة هوكوارتر وآخرون(Hochwarter et al,2006)، ودراسة ماتن وآخرين(matin et al, 2010). ومن حيث متغير الجنس وسنوات العمل مع دراسة المحتسب (٢٠١١) ودراسة فكري (٢٠١٤)، ودراسة العلاوين (٢٠٠٩) ومن حيث متغير سنوات العمل مع دراسة الدين (٢٠٠٩)، واختلفت الدراسة الحالية عن جميع الدراسات السابقة من حيث المتغيرات التي كانت دراستها ترتبط بمهارات التواصل الاجتماعي، فدراسة المحتسب (٢٠١١)، ربطت مهارات التواصل الاجتماعي بمتغير الرضا الوظيفي، ، أما دراسة ديليو (De liu,2006) فقد درست تأثير مهارات التواصل على سير العمل، أما دراسة عابد فلم تربط مهارات التواصل بأي متغير.

ما استفادته الباحثة في دراستها الحالية من الدراسات السابقة: ساهمت الدراسات السابقة في إغناء معلومات الباحثة من حيث تقديم الخلفية النظرية، إضافة إلى الاستفادة في صياغة مشكلة الدراسة من

خلال الاستعانة ببعض الأفكار التي تبين مدى أهمية مهارات التواصل الاجتماعي للإعلاميين وتأثيرها في الأداء، والاطلاع على الجوانب التي تم التركيز عليها في هذه الدراسات وعلى المتغيرات التي تمت دراستها، لمحاولة إيجاد متغيرات جديدة لم تدرس من قبل ولها أهمية في الدراسة، وأيضاً للاستفادة منها في تفسير نتائج أسئلة وفرضيات الدراسة، والاستفادة من أدوات البحث المستخدمة في الدراسات السابقة من أجل إعداد وتصميم وتحديد الأبعاد وصوغ عبارات مقياسي الدراسة الحالية، والاطلاع على النتائج التي توصلت إليها، وكيفية عرضها لهذه النتائج ومناقشتها وتفسيرها، ومقارنتها بنتائج الدراسة الحالية.

مكانة الدراسة الحالية بين الدراسات السابقة:

تميزت الدراسة الحالية بأنها الدراسة الوحيدة التي تناولت مهارات التواصل الاجتماعي وعلاقتها بالأداء الوظيفي لدى الإعلاميين السوريين، عينة من الإعلاميين السوريين العاملين في الهيئة العامة للإذاعة والتلفزيون، وذلك في حدود علم الباحثة، كما سلَّطت الضوء على أهميَّة دور الإعلاميين وأدائهم في إنجاح العمل الإعلامي.

كما أن الباحثة قامت بدراسة العلاقة بين مهارات التواصل الاجتماعي والأداء الوظيفي تبعاً لمتغيرات (الجنس، العمل الإعلامي، سنوات العمل)، ودراسة الفروق لكل منهما تبعاً لمتغير الجنس، والعمل الإعلامي (إذاعة، تلفاز)، وسنوات العمل (أقل من ١٠ سنوات، من ١٠ إلى أقل من ٢٠ سنة، من ٢٠ سنة إلى أقل من ٣٠ سنة، أكثر من ٣٠ سنة)، حيث أنه لم تتناول أيّة دراسة نفس متغيرات الدراسة الحالية وذلك في حدود علم الباحثة.

الفصل الثالث:

الإطار النظري

أولاً: الإعلام والاتصال:

ثانياً: مهارات التواصل الاجتماعي:

ثالثاً: الأداء الوظيفي:

أولاً: الإعلام والاتصال:

توطئة:

العلاقة بين الإنسان والاتصال هي علاقة تلازمية من أجل التواصل الاجتماعي/ الإنساني من جهة، والتواصل الحضاري ومواصلته من جهة أخرى. فلا يمكن لأي جماعة بشرية أن تعيش بمعزل عن المجتمعات الإنسانية الأخرى، مهما امتلكت من المعارف والعلوم، ولا سيما في العصر الحاضر، حيث أصبحت كلمة الاتصال مقترنة بوسائل الاتصال(الإعلام) الجماهيري، والتي جعلت من العالم المترامي الأطراف (قرية كونية) يمكن للإنسان فيها معايشة أحداث العالم ومتغيراته، في التو واللحظة،" فالإنسان منذ وجد على هذه الأرض والاتّصال يلعب دوراً هامّاً في حياته"(قنديل وبدوي، ٢٠٠٥، ص٩٠). فالاتصال هو الأساس في العملية الإعلامية، لأن الإعلام يقوم على الاتصال ولولا الاتصال لما وصلت الحضارة الإنسانية إلى ما وصلت عليه الآن، ويقوم الاتصال بنقل العادات والتقاليد في التفكير والعمل والتعامل من الكبار إلى الناشئين، والحياة الاجتماعية لا تستمر بغير هذا النقل الشامل، كما أن المجتمع يستمر بنقل الخبرة بين الأجيال،" إذ يحقّق التّواصل هدفاً إنسانيّاً وعاطفيّاً أساسيّاً لا مناصّ منه، وهو تبادل العواطف والحبّ والأفكار، فالعيش يعني التّواصل والتّبادل مع الآخر، وهو هدف ملازم لكل العلاقات الإنسانيّة والاجتماعيّة" (وولتون، ٢٠١٢، ص٢٢-٢٣). ويتيح التّواصل الفرصة لزيادة احتكاك الجماهير بعضهم بالبعض الآخر وبذلك تقوى الصّلات الاجتماعيّة بين الأفراد فالتّواصل عملية اجتماعيّة لا يمكن الاستغناء عنها في العلاقات الإنسانية. (العبد الله، ٢٠٠٦، ص٢٨-٢٩). "وعن طريق التواصل يتم تبادل المعلومات والخبرات والآراء"(شكري،٢٠٠٧،ص٢٢). ويتّجه التّواصل نحو تحقيق الاندماج والتّوازن بين الجماعات في ميدان الأداء والعمل.(بركات،٢٠٠٦،ص ١٠).فميدان الإعلام والاتصال بالغ التعقيد يتفاعل من خلاله المرسلون والمستقبلون من خلال إشارات تحمل دلائل، ورموز تحمل مضامين، في سياقات اجتماعية، فإذا كان الاتصال ظاهرة مجتمعية عامة بين الكائنات، فإن الإعلام أسلوب من أساليب تلك الظاهرة وبمعنى آخر يعد الإعلام حلقة من حلقات الاتصال، فالإعلام نشاط اتصالي إنساني في المقام الأول، ومهما كانت أدوات الإعلام(صحافة، إذاعة، تلفزيون، سينما، انترنت) فإن الإنسان هو الأداة الرئيسية للإعلام وهو الصانع له، وهو الفاعل الأساسي في عملية الاتصال والإعلام(عيسى، ٢٠١٤، ص٢٣-٢٥).

١ـ ماهية العمل الإعلامي:

إن العمل الإعلامي عمل قائم على المعلومة وما لم يتم توفير هذه المعلومة فإن الإعلام عندئذ سوف يتحول إلى مجرد وعظ وإرشاد وسوف يؤدي ذلك إلى انصراف المجتمع عن متابعته وبالتالي إفشال الدور الذي يمكن أن ينهض به، كما أن المعلومة الصحيحة هي أفضل وسيلة لطرد الشائعات وكشف زيفها، لذلك ينبغي على الأجهزة الإعلامية البحث عن المعلومة الصحيحة وأن يتم توفيرها في وقت ملائم يمكن الإعلام من متابعة الأحداث ونقل الحقائق إلى المواطنين(السريحي، ٢٠٠٦، ص١٦٧).

فالإعلامي يسعى أن يكون ممثلاً لمجتمعه ، متخصّصاً بجمع المعلومات وتوزيعها ويعطيه عمله في المرافق الإعلامية والصحفية فرصة الاطلاع على أمور كثيرة لا يستطيع الفرد العادي المنشغل بشؤون الحياة أن يصل إليها من هنا يصبح لزاماً على الإعلامي شرط تزويد الناس بالمعلومات المفيدة والضرورية وان يتمتع بالمصداقية وأن يكون موضوعياً وصادقاً ومنصفاً ودقيقاً ومحايداً وجريئاً وغير منحاز وأن يعزز القيم الاجتماعية الحميدة، وأن يقترب من الجمهور، فمن القواعد الذهبية في الإعلام أنه كلما ازداد الإعلامي اقتراباً من جمهوره في طروحاته كلما ازداد تعلق الناس به(الموسى، ٢٠٠٣،ص ١١-١٢).

ومن الأهمية التعرف على طبيعة الأشخاص المراد التعامل معهم سواء كانوا من الجمهور أو ضيوف برنامج أو زملاء عمل، وأنماطهم السلوكية ومدى نضجهم الفكري و نوع علاقات العمل التي يحبذونها و مستوى التفاهم معهم في سبيل التعامل الناجح مع الآخرين(حياة، ٢٠٠٧، ص٤٠).

من أبرز العوامل التي تساعد الإعلاميين في إنجاح عملهم: الجرأة، الشكل الحسن، عمر الشباب، الخبرة، التحضير الجيد، الثقافة، سرعة المبادرة، الإلمام باللغات الأجنبية، التدريب المستمر، إتقان اللغة العربية، الهندام الجيد(القادري وحرب، ٢٠٠٢، ص٦٤).

٢ـ الضغوط التي يتعرض لها الإعلامي:

ويتعرض الإعلامي لضغوط مختلفة، تتنوع بين مجتمع وآخر. ومن هذه الضغوط:

أـ المحافظة على المجتمع: لأن النظام الاجتماعي الذي تعمل في إطاره وسائل الإعلام والاتصال الجماهيري، يعتبر من القوى الأساسية التي تؤثر على القائمين بالاتصال. ومن المعروف أن لكل

نظام اجتماعي جملة من القيم والمبادئ التي يعتز بها ويعمل على ترسيخها بين أفراده. وهو ما اصطلح على تسميته بهدف التنشئة الاجتماعية والمحافظة على القيم الثقافية والاجتماعية، سواء في الدول المتقدمة أو في الدول النامية.

ب- تحقيق الاتفاق حول أساسيات المجتمع: بهدف الحفاظ على الوحدة الوطنية وتماسك المجتمع داخلياً. ومن أجل ذلك يختار القائمون بالاتصال في وسائل الإعلام والاتصال الجماهيري المواد الإعلامية التي تحقق هذا الهدف، عن طريق اختيار الأنباء والإغفال المتعمد لبعضها. ويتحقق هذا الهدف أيضاً عن طريق المصادر الإعلامية المؤثرة على القائمين بالاتصال، لأن الصحفي يسعى دائماً لاستقاء المعلومات من مصادرها الهامة. فيتجهون لمن يشغل المناصب القيادية، الذين بدورهم يعطون المعلومات التي تخدم أهدافهم. وكثيراً ما يلجأ القائمون بالاتصال بتقديم تلك المعلومات منسوبة لمصادرها، أو تأجيل التعليق عليها رغبة في الظهور بمظهر الحياد، وتحقيق هدف الإجماع والاتفاق مع المجتمع.

ج ـ تأثير المؤسسات الإعلامية الكبيرة، على الصغيرة: هناك مؤسسات إعلامية جماهيرية تتحكم بتدفق المعلومات من خلال إمكانياتها التقنية والمادية، وبالتالي تسيطر من خلال ما تقدمه من مواد إعلامية على المؤسسات الإعلامية الأصغر حجماً والأقل إمكانية. وتؤثر على القائمين بالاتصال من خلال ذلك.

دـ دور وكالات الأنباء، والوكالات المتخصصة في زيادة التماثل في مواد مختلف وسائل الإعلام والاتصال الجماهيري: فهي تقدم موادها الإعلامية لكل أنواع وأشكال وسائل الإعلام والاتصال الجماهيري في نفس الوقت، مما يؤدي إلى تشابه المواد المنشورة عن نفس الموضوع فيما لو نشرته أكثر من وسيلة إعلام واتصال جماهيري.

ذ- تأثير الاعتبارات الذاتية والضغوط المهنية على القائم بالاتصال: ويتضمن: أ- الضغوط التي يتعرض لها القائم بالاتصال في حجرة الأخبار؛ ب- تأثير سياسة الناشر، ج- طموح القائم بالاتصال ورغبته في تحسين أوضاعه الوظيفية بسرعة، وتطوير نفسه؛ د- اعتبارات آليات العمل، وضرورة تقديم المعلومات في موعد محدد ليتم نشرها في الوقت المناسب دون تأخير.

ر- الجمهور الإعلامي: من خلال تأثيره على القائم بالاتصال عند مراعاته لرغبات الجمهور الإعلامي في اختيار وإعداد المادة الإعلامية المناسبة للنشر(البخاري، ٢٠٠٨، ص٢٧).

٣- العوامل المؤثرة على الإعلاميين:

٣-١- قيم المجتمع وتقاليده:

يؤثر النظام الاجتماعي بقيمه ومبادئه على الإعلاميين، فقد يضحي الإعلاميون أو وسائل الإعلام أحياناً بالسبق الإعلامي بسبب قيم المجتمع وتقاليده.

٣-٢- المعايير الذاتية للإعلامي:

تلعب الخصائص والسمات الشخصية للإعلامي دوراً مهماً مثل: النوع، والعمر، والدخل، والطبقة الاجتماعية، والتعليم، والانتماءات الفكرية أو العقائدية، ويؤثر الانتماء في حرية التفكير واتخاذ القرارات.

٣-٣- المعايير المهنية للإعلامي:

يتعرض الإعلامي للعديد من الضغوط المهنية التي تؤثر في عمله، والتي قد تؤدي إلى توافقه مع سياسة المؤسسة الإعلامية التابع لها.

٣-٤- معايير الجمهور:

إذ يؤثر الجمهور على الإعلامي بتقبله للخبر، ويؤثر الإعلامي على الجمهور بنوعية الأخبار التي يقدمها(تلاحمة، ٢٠١٢، ص٥٢).

٤- مهارات التواصل عند الإعلامي:

"ويرى برلو(perlo) ضرورة توفر خمس مهارات أساسية للتواصل بالنسبة للإعلامي على النحو الآتي:

مهارتان متصلتان بوضع الفكرة في كودهما: الكتابة والتحدث: لا بد من وضع الأفكار في كود أو رمز يعبر عنها، فعند كتابة الرسالة تكون هناك حاجة إلى معرفة واستخدام الكلمات المناسبة والمعبرة عن الرسالة بشكل يفهمه المتلقي، وكذلك حينما يتم التحدث عن الأفكار يجب معرفة كيفية اختيار الكلمات وكيفية نطقها وكيف تفسر الرسائل التي نقولها(مراعاة الإطار الدلالي للمتلقي).

مهارتان متصلتان بفك الفكرة أو الكود وهما: القراءة والاستماع.

والمهارة الخامسة: المقدرة على وزن الأمور والتفكير، فالمهارات في التواصل والمقدرة على استخدام الكود تؤثر على القدرة على وضع الأفكار في رمز والقدرة على استخدام اللغة، وتؤثر القدرة على التواصل على الأفكار نفسها.

ويخلص برلو(perlo)إلى أن مقدرة الإعلامي اللغوية عنصر هام في عملية التواصل، فالإعلامي مقيد بقدرته على التعبير عن أهدافه بمهارات التواصل الضرورية المتوافرة لديه، والتي تمكنه من وضع أفكاره في كود يعبر تعبيراً دقيقاً عن هدفه، كما أن ضعف مهارات التواصل تحد أو تقيد أفكار وقدرات الإعلامي عن التعبير عن تلك الأفكار".(مكاوي والعبد، ٢٠٠٧،ص ١٠١،١٠٠).

وهناك عشر طرق لمساعدة الإعلامي على تحسين مهاراته في العرض:

أ- **تحديد الأهداف:** لماذا طلب منه أن يقدم عرضاً؟ وماذا يحتاج أن يحقق؟

ب - **معرفة الموضوع:** على الإعلامي أن يصبح خبيراً بموضوعه، وأن يجمع بقدر ما يمكن عليه من معلومات عن الموضوع الذي سيتحدث فيه.

ت - **معرفة الجمهور:** عليه أن يكتشف ممن سيتكون الجمهور ويحاول أن يعرف كل ما يستطيعه عنهم، ماذا يريدون ويحتاجون للحصول عليه من عرضه.

ث - تحديد الرسالة: على الإعلامي أن يتجنب المعلومات الزائدة عن الحد، ويحدد أهم النقاط بالنسبة له، ويختار أفضل المعلومات التي تدعم رسالته، ويلتزم بالمعلومات الأكثر صلة بالموضوع.

ج - **ترتيب الأفكار:** للعرض الفعال مقدمة(أن يخبرهم بما يخطط لإخبارهم به)، ووسط (أن يخبرهم بما يحتاج أن يخبرهم به)، وخاتمة(أن يخبرهم بما قد أخبرهم به بالفعل).

ح - أن يقدم الدليل على رسالته: يقع حمل البرهان على عاتق الإعلامي، فعليه أن يتحقق من صحة ما يذكره من حقائق وبيانات وأن يعمل على إثبات أية نقطة يثيرها، وأن يدعم رسالته ويضمنها الدراسات المختلفة والإحصاءات والروايات والأمثلة أو أية معلومات ذات صلة.

خ - استخدام الوسائل البصرية: بينما يخبر الإعلامي جمهوره بما يود قوله لهم عليه أن يرهم المعلومات كذلك، إذ يلاقي معظم الناس صعوبة في الإنصات لفترات طويلة من الزمن، فالوسائل البصرية تضيف تنوعاً وتجعل العرض أكثر تشويقاً، لكن لا يعتمد اعتماداً كلياً على الباور بوينت

(power point) وغيره من الوسائط البصرية، لا بد أن يكون دائماً خطة بديلة إذا واجه الإعلامي صعوبات مع المعدات.

د- **التحضير مسبقاً:** إن التدريب والتحضير هما المفتاحان للتخفيف من حدة التوتر والقلق، التدريب أمام الآخرين، وأمام المرآة، وعلى الإعلامي ألّا يحفظ حديثه أو يقرأه بأكمله كلمة بكلمة من ورقة، بل عليه أن يحضر ملاحظات قصيرة مكتوبة على بطاقات ملاحظات مرقمة عوضاً عن ذلك.

ذ- **جذب انتباه الجمهور:** على الإعلامي أن يشجع على طرح الأسئلة وأن يجيب عنها، وأن يحرص باستمرار على التحدث إلى جمهوره مباشرة، وأن يعقد اتصالاً بصرياً مع جمهوره وأن يبتسم ويقف منتصباً ويحفظ بيديه خارج جيوبه ليتمكن من استعمالهما في أثناء حديثه، وأن يشعر بالراحة.

ر- **أن ينتهي في الوقت المحدد:** إذا كان من المفترض للعرض أن ينتهي في الساعة العاشرة صباحاً، على الإعلامي أن ينهيه في ذلك الوقت، لأن الجمهور يتوقع أن يتوقف في الدقيقة المقرر له فيها ذلك، إلا إذا حصل على إذن ليستمر أو هيأ جمهوره مسبقاً لإمكانية ذلك، وإذا لم يتوقف في الوقت المحدد، فإن الجمهور سوف يفعل، سيقطعون الاتصال بينه وبينهم ويتوقفون عن الاستماع إليه.(موريم، ٢٠٠٩،ص ٥٩-٦١).

٥- مهارات التواصل والتفاعل لدى مقدمي البرامج الإعلامية:

وتتلخص هذه المهارات في:

٥-١- إجراء جلسة تمهيدية مع الضيف قبل التسجيل:

لعدة اعتبارات تشمل:

أ- خلق ألفة بين المذيع والضيف.

ب - خلق ألفة بين الضيف والميكروفون.

ج - الاتفاق على محاور وأبعاد الحوار.

د- الاتفاق على المدة الزمنية للتسجيل.

ذ- تمكن فريق العمل من الاختبار الفني اللازم للأجهزة.

ر- اختيار أفضل وضع للجلسة الحوارية.

٥-٢- مهارات تتصل بالتقديم الجيد للبرنامج:

تتعدد أنواع المقدمات التي يمكن الاستعانة بها مثل:

أ- مقدمة تلخيصية لأهم الأبعاد التي يقدمها البرنامج.

ب - مقدمة استفهامية - مقدمة شعرية زجلية.

ج -مقدمة عبارة عن لقطات للجمهور ورأيه في أحد الموضوعات.

وغني عن القول أن المقدمة يجب أن تشتمل على التعريف بالضيف وتخصصه وخبرته في القضية المطروحة.

٥-٣- مهارة صياغة الأسئلة في البرامج الإعلامية:

أ- يجب أن يكون السؤال واضحاً ومفهوماً.

ب - ألا يكون السؤال مغلقاً أو مركباً أو إيحائياً.

ج - ألا يكون بديهياً أو واسعاً فضفاضاً .

د- ألا يسيء إلى الضيف أو يدخل في خصوصياته دون استئذانه.

٥-٤- مهارات تتصل بالإنصات الجيد للضيف في البرامج الحوارية:

يمكن تنمية مهارة الإنصات الجيد للضيف في البرنامج الحواري من خلال الاستعانة بالقواعد الآتية:

أ- التركيز على نقاط مهمة وأساسية في حديث الضيف.

ب - أن يضع المذيع نفسه مكان المستمع ويبحث عن نقاط تحتاج إلى توضيح.

ج - التركيز على أفكار أو اقتراحات جديدة يطرحها الضيف في حديثه.

د- التركيز على بدائل حلول يطرحها الضيف للمشكلة المثارة.

ذ- التركيز على وعود يقدمها المسؤولون للمشاهدين.

ر- الاستعداد لعرض وجهات نظر أخرى في نفس الموضوع في الوقت المناسب.

ز- أن يغطي حديث الضيف الأسئلة الخمسة(ماذا، كيف، أين، متى، لماذا).

س - إن أفضل أسئلة المذيع هي تلك التي تنبع من حديث الضيف نفسه.

ش - الإنصات الجيد للضيف يزيد من اهتمام الضيف بالموضوع، كما يزيده احتراماً للمذيع.

ص - الإنصات الجيد يجنب التداخلات غير الموفقة مع الضيف.

٥-٥- مهارات تتصل بالحديث الجيد أثناء الحوار:

أ- يجب أن يتسم الحديث بالبساطة والوضوح.

ب - ملاءمة مستوى اللغة المستخدمة للجمهور المستهدف، ولضيف البرنامج، وللقضية المطروحة للنقاش.

ت - البعد عن التكلف أثناء الحديث.

ث - التنويع في سرعة الحديث.

ج - التنويع في استخدام نبرة الصوت.

٥-٦- مهارات تتصل بالقدرة على تحليل السلوك غير اللفظي للضيف:

وتتصل هذه المجموعة من المهارات بقدرة المذيع على فهم الضيف أو الجمهور المشارك في البرنامج من خلال اتصال غير لفظي عن طريق أداء حركات الجسم من خلال: نظرات العين، إيماءات الوجه والرأس، استخدام حركات اليدين، استخدام حركات الجسم، نبرة الصوت.

٥-٧- مهارات خاصة بالتفاعل مع الضيف:

يقوم الحوار الناجح على التفاعل بين المذيع والضيف حول الموضوع المطروح، والقائم على أساس احترام المذيع للضيف النابع من إيمانه بأن هذا الضيف له مجال خبرة في تخصصه، والقائم أيضاً

على دور فعال للمذيع والنابع من إيمانه بأنه يمثل حق الجمهور في المعرفة، والتفاعل بين المذيع والضيف في البرامج الحوارية يعتمد على تمتع المذيع بمجموعة من السمات الآتية أثناء إجرائه للحوار الإعلامي:

أـ الحضور والتواجد أثناء الحوار من خلال:

- اليقظة التامة.
- اختيار الوقت المناسب لتوجيه الضيف/ مقاطعته/ أو إثارة تساؤل جديد.
- الاستفسار عن شيء غير واضح ونرغب في توضيحه.
- التأكيد على فكرة/ اقتراح جدير بالاهتمام في حديث الضيف.
- طلب تعليق الضيف على وجهة نظر أخرى في الموضوع.
- تقديم بعض الأسئلة على لسان الجمهور الذي يسأل.
- ربط حوار الضيف بالمستقبل حول المتوقع مستقبلاً بخصوص الموضوع المطروح.

ب ـ تتطلب إدارة الحوار في القضايا والموضوعات ذات الطابع الحساس أن يتحلى المذيع بالصفات الآتية:

- الدبلوماسية والمرونة.
- هدوء الأعصاب.
- تشجيع الضيف على الحديث.

ج ـ في حال تعرض المذيع في البرامج الحوارية لقضايا خلافية/ جدلية ذات طبيعة معقدة، يفضل أن تعتمد إدارة الحوار في هذه الحالة على الجوانب الآتية:

- البدء بالقضية السهلة أو الجانب السهل في القضية.
- التركيز على نقاط متشابهة في أداء المتحدثين.
- لا يجب تصعيد الأمور بشكل غير منطقي.
- تقديم وجهات النظر في الأمور الخلافية.
- يسهل إقناع الجمهور بالقضايا الخلافية إذا ربطت بالقضايا المتفق عليها.

٥-٨- مهارات خاصة بخاتمة البرنامج:

تعد خاتمة البرامج الحوارية إحدى النقاط المهمة التي تقيم من خلالها كفاءة المذيع في إدارة حواره، ومدى قدرته على التجديد في اختتام برنامجه في كل حلقة، وتتعدد الأساليب التي يمكن أن يختتم بها البرنامج الحواري، وتشمل:

أ- خاتمة تلخيصية لأبعاد الموضوع أو القضية المطروحة.

ب - نهاية مفتوحة... من يتحمل مسؤولية ذلك.

ت - طرح حل أو بدائل حلول للمشكلة المطروحة.

ج - اختتام البرنامج بإثارة تساؤل يثير اهتمام الجمهور ويعلق اهتمامه لمتابعة الحلقة القادمة من البرنامج.

٥-٩- مهارات تتصل بالقدرة على رصد ردود فعل الجماهير نحو البرنامج:

لا ينته دور المذيع بمجرد عرض برنامجه، ولكن يمتد دوره الفعال في رصد اتجاهات الرأي العام نحو برنامجه، إذا كان حريصاً على تطوير هذا البرنامج إلى الأفضل، وتتوافر العديد من الوسائل التي يمكن من خلالها رصد ردود فعل الرأي العام:

أ- دراسة الخطابات البريدية القادمة لأسرة البرنامج.

ب - تحليل المكالمات التلفونية التي تصل إلى البرنامج.

ت - دراسة اتجاهات الصحافة نحو البرنامج من خلال ما يكتب عنه.

ث - الاطلاع على الرسائل والبحوث العلمية التي تطرقت إلى موضوع البرنامج ومحاولة الاستفادة من مقترحاتها.

ج - الاستفادة الدائمة من آراء المتخصصين في البرامج الإعلامية(البطريق وعبد الغفار، ٢٠٠٥، ص٦٥- ٧٢).

٦- المقدم وفن توصيل المعلومات:

إن الهدف الرئيس للمقدم في التلفزيون، هو أن يوصل(ينقل) معلومات وأفكاراً وأحاسيس ومشاعر إلى الآخرين بأقصى ما يستطيع من التأثير والفاعلية، وإذا كان ذلك هو دور المقدم كقائم بالاتصال، فإن نجاحه أو إخفاقه في هذه المهمة يتوقف أولاً وأخيراً على إمكانياته الذاتية والشخصية.

يحتاج المقدم التلفزيوني إلى مهارات عالية، بعضها يمكن اكتسابه بالتدريب بينما البعض الآخر لا يمكن اكتسابه، إذ من الممكن التدريب على فنون الحوار، ومناقشة الموضوعات العلمية والاقتصادية والرياضية وحتى الإخبارية، وكل ذلك يسهم في صنع المقدم المحاور وتكوينه في البرامج عامة وبرامج العروض الكلامية خاصة.

على المقدم دائماً أن يكون منظماً، خاصة في كلمة البرنامج الافتتاحية، متضمناً ذلك قدرته على طرح الأسئلة وانتقائها وأسلوب طرحها، الملاحظات المهمة، الجمل والعبارات المترابطة في النص، وفي النهاية القدرة على وصف الأفكار المهمة بما يخدم الفئة المستهدفة من الجمهور.

ومن الأمور المهمة بالنسبة للمقدم التلفزيوني، محاولته الدخول بعمق في شخصيات الضيوف رويداً رويداً، حتى يصل في النهاية إلى علاقة لطيفة، من أجل تحقيق انسجام بين المقدم والحضور، وهذا يؤدي إلى نجاح البرنامج التلفزيوني.

ولابد أن تعكس شخصية المقدم الإحساس بالجاذبية والمودة والقرب، والجاذبية لا تعني المظهر العام للشخص بقدر ما تعني الجوهر أو الروح كالإحساس بأن شخصية المقدم لطيفة وجذابة تشد الانتباه، وتولد الأحاسيس المريحة تجاه تلك الشخصية، وعلى المقدم أن يوظف هذه الملكات الشخصية في خدمة عمله، لأنها تتيح له علاقة ورابطة وثيقة بالجمهور، وهذه الملكات تشع من الداخل، فإن المقدم قد يمتلكها ولكنه لا يكتسبها(عابد، ٢٠٠٩، ص٤٣-٤٤).

يسعى المذيع التلفزيوني إلى الاقتراب من مشاهديه وزجهم في الحدث وإشراكهم في الحديث بأسلوب حواري تلقائي بعيداً عن التكلف والشكليات، إن حديث المذيع ينبغي أن يتسم بالبساطة والوضوح والانسيابية والتلقائية، لذلك فإن شفافية الحديث والتبسيط في لغته وسرد الفكرة بأسلوب واضح، يؤدي إلى وصول الفكرة بسهولة إلى الجمهور عن طريق اللغة الحوارية المشتركة التي استخدمها وحسن الحديث واللباقة التي انطبع بها الخبر الذي عرضه لجمهوره.

البساطة في الخبر التلفزيوني تعني إشراقة اللفظ ووضوح الفكرة وانسياب المعنى، في مثل هذا يحقق المذيع التلفزيوني الألفة والمودة والتشويق بينه وبين مشاهديه الذين يتشوقون إلى رجع حديثه المناسب(جواد،٢٠٠١، ص٢٠٩).

٧- مهارة المحادثة لدى الإعلاميين:

لا بد من توفر لدى الإعلامي بعض السمات ليكون متحدثاً ناجحاً:

٧-١- السمات الشخصية للمتحدث الناجح:

أ- الصدق : فالمتحدث الصادق هو الأكثر تأثيراً في مستمعيه.

ب- الموضوعية : وهي العدالة في الحكم على الأشياء ، والوقوف إلى جانب الحق.

ت- الوضوح : بأن تكون اللغة بسيطة والمادة منظمة ومتسلسلة منطقياً .

ث - الدقة : وهو التأكد أن الكلمات التي تستخدمها تؤدي إلى المعنى الذي تقصده بعناية.

ج- الحماس : وهو أن تكون تواقاً للحديث عن موضوعك ، فتبدو حيوياً نشطاً متفاعلاً .

د- القدرة على التذكر : وتعني حضور الذهن أثناء الحديث.

ذ- الاتزان الانفعالي : أن يكون المتحدث متحكماً في انفعالاته.

ر- المظهر : يعكس المظهر مدى رؤية المتحدث لنفسه والطريقة التي ينظر بها الآخرون إليه .

ز- القدرة على التعبير الحركي: وهي التي تسمى لغة الجسد ، ولها أثر كبير جداً في نجاح الحديث.

٧-٢- السمات الصوتية للمتحدث الناجح:

النطق بطريقة صحيحة، وضوح الصوت، تنويع سرعة الحديث، استخدام الوقفات.

٧-٣- السمات الإقناعية:

الإقناع هو كسب تأييد الأفراد لرأي أو موضوع أو وجهة نظر معينة ، وذلك عن طريق تقديم الأدلة والبراهين المؤيدة لوجهة النظر ، بما يحقق الاستجابة لدى الأفراد، والمقدرة الإقناعية لدى المتحدث

الناجح تتضمن مجموعة من السمات وهي:

القدرة على العرض والتعبير، القدرة على التحليل والابتكار، القدرة على الضبط الانفعالي، القدرة على تقبل النقد (الشميمري، ٢٠١٠، ص ١٩٥ ـ ١٩٦).

٨ـ بعض الأساليب الإقناعية لدى الإعلامي في الإذاعة والتلفزيون:

الإذاعة والتلفزيون تقدمان كل يوم ساعات طويلة من الأخبار المنوعة والبرامج التي تسعى من خلالها لكسب أكثر المستمعين والمشاهدين، وذلك بتحقيق رغباتهم وهواياتهم وتطلعاتهم الثقافية، وإشباع نهمهم الفكري، وتحقيق ألوان من التسلية والإمتاع إلى جانب الإقناع.

وأساليب الإقناع في الإذاعة والتلفزيون تأخذ اتجاهين، أحدهما يخص المذيع أو المقدم، والآخر يخص المواد المذاعة والمرئية، حيث يلعب صوت المذيع دورا مهما في الإقناع، كرفع الصوت عند الاستفهام، والتعصب وانتقاء الألفاظ القادرة على إثارة مناظر حية بأكملها في ذهن المستمع.

كما أن من أساسيات الإقناع في المواد الإذاعية والتلفزيونية علم المقدم بنفسية المستمعين والمشاهدين الذين يوجه إليهم حديثه، وسبيل ذلك الإلمام بشيء من علم النفس الاجتماعي حتى يتعرف على طبائع النفوس وعواطفها، ويعلم ما يثير المجتمع أو يهدئه، وما يرضيه أو يغضبه، واقتناع المذيع بما يقوله يعكس اقتناع المستمع ، وكذا طريقة الوقوف أو الجلوس لا بد أن تتناسب مع المادة المقدمة، وهز الرأس إلى الأسفل يوحي بالاقتناع، ومن المهم أن يستخدم المقدم سواء في الإذاعة أو التلفزيون حركات اليدين في التعبير، ولتعبيرات الوجه كذلك دورهم في الإقناع والتأثير.

أما فيما يخص النصوص فلا بد من استخدام عنصر التشويق في الأخبار، وهو أسلوب للإقناع، حيث تقدم البيانات التي لها ثقل خاصة في المجال السياسي، لأن المستمع لما يسمع الخبر لأول مرة فإنه يترك فيه طابعاً أو شعوراً معيناً خصوصاً إذا كان لديه شعور مسبق بمصداقية هذه القناة أو الإذاعة.

كذلك تسعى الإذاعة والتلفزيون إلى استخدام أسلوب الاستعانة بالأكاديميين لعرض تحقيقاتهم وآرائهم الإخبارية، وهؤلاء طبعا ليس لهم علاقة لا بالإذاعة ولا بالتلفزيون من أجل الإيحاء للمستمع بصدق الخبر وتأكيده تقوم بالاتصال بمراسليها في الخارج والذين وقفوا على الحدث نفسه لتقديم المزيد من التوضيح والتعليق.

ولا ننسى أسلوب صياغة الخبر وما له من تأثير مهم جدا، وكذلك الاستعانة بالصورة الحية، وأيضا الجدية والرزانة في تقديم الخبر واستضافة المسؤولين ورجال الفكر للتعليق على بعض الأخبار وتحليلها.

والبرامج الإذاعية والتلفزيونية تشمل الأركان المختلفة والندوات والمقابلات، وقد ينفرد برنامج بأسلوب معين، ولكن غالبية البرامج تتخذ أساليب مشتركة في الإقناع، حيث تعتمد أكثر البرامج على الحقائق والإحصائيات والأرقام، وأسلوب الإقناع فيها يكون في الإثبات بالحجة والبرهان العقلي والتكنولوجي، لأنها لا تستمد قوتها وتأثيرها من عوامل الإقناع في مادتها التي تقدمها، وكذلك الاستعانة بالمشاهد والصور المختلفة، فالصور الحية تعد أحد الأساليب الجيدة في تأكيد المعلومة والاقتناع بها.

ولأسلوب الإخراج دور أيضا في التأثير والاستمالة والإقناع، فالخدع السينمائية وتطور التكنولوجيا تساهم فيه إذا ما استخدمت استخداما صحيحا، فلغة الكاميرا تعتبر من أساليب الإقناع(حانون، ٢٠٠٨، ص٥٣- ٥٤).

٩- كيفية تحسين الإعلامي لأدائه الصوتي:

ولكي يحسن الإعلامي الأداء الصوتي لا بد من :

٩-١- **تخفيض طبقة الصوت:** كلما ارتفعت طبقة الصوت قلّ إعجاب الآخرين بالمتحدث، وبدا مزعزع الثقة.

٩-٢- أن يرفع ويخفض من صوته حسب الحاجة: على المتحدث أن يرفع صوته بحيث يكون مسموعاً، ولكن لا يجعله عالياً بالقدر الذي يتسبب في إزعاج الآخرين.

٩-٣- أن يقلل من سرعة حديثه: على المتحدث أن يأخذ وقته في التعبير عن أفكاره، وأن يقلل من سرعة حديثه ليتمكن الآخرون في استيعاب ما يقوله.

٩-٤- مراقبة نغمة الصوت: أسلوب الحديث سيلقي بظلاله على ما يقوله المتحدث، فإذا قال بأنه ليس مستاء وبدا الغضب في صوته، سيفترض المستمع بأنه غاضب.

٩-٥- التنويع في مقامات الصوت: سيكون الحديث أكثر تشويقاً عندما يقوم المتحدث بذلك.

٩-٦- التأكيد على الكلمات الصحيحة: بوضع التوكيد في مكانه المناسب، وإذا كان هناك نقطة مراد إثارتها، لابد من التأكيد عليها.(موريم،٢٠٠٩،ص ٤٤).

١٠- وسائل التواصل غير اللفظية التي تمنح الانطباع الإيجابي والكاريزما:

ومن هذه الوسائل:

١٠-١- الوجه: عليه أن يرسم وجهاً مفعماً بالحيوية والنشاط، مشجعاً وجعل الابتسام الذخيرة الدائمة والتأكد من إبراز الأسنان، وتذكر تقنية الابتسام التي تحث على الابتسام من الداخل مع عملية التصور.

١٠-٢- الإيماءات والإشارات: على الإعلامي أن يكون معبراً ويستخدم الإيماءات والإشارات الجسدية اللازمة ولكن ألا يبالغ بإطلاق الإشارات، ويدع راحتي اليدين مفتوحتين مع إبقائهما على مستوى الصدر، تحت مستوى الذقن، ويتجنب تصالب الذراعين أو الرجلين.

١٠-٣- الاتصال بالعين: ممارسة الاتصال بالعين المناسب يمنح الشعور بالارتياح للآخرين، محاولة جعل بؤبؤي العينين يتمددان، فالأشخاص المحدّقين يحوزون على مصداقية واحترام أكثر من أولئك الذين لا يفعلون.

"ويعتبر الاتصال بالعين المهارة الأكثر تأثيراً بين تأثيرات الشخصية المتعددة، فالعيون هي الجزء الوحيد من الجهاز العصبي المركزي الذي يرتبط بالشخص الآخر بشكل مباشر، وإن مجرد النظر بالعين لا يكفي لتأسيس الاتصال الفعال، إن الاتصال الفعال بالعين يعني أكثر من لمحة عابرة"(دكر، ٢٠٠٠،ص ٥٧).

١٠-٤- حركة الرأس: استخدام الإيماء بالرأس، عند التكلم الميل بالرأس لدى الاستماع والحفاظ على الذقن عالياً.

١٠-٥- الوضعية المناسبة: الانحناء إلى الأمام قليلاً عند الاستماع، الوقوف بثبات وبطريقة مستقيمة عند الكلام، الحذر من أي وضعية مغلقة.

١٠-٦- الحفاظ على مسافة شخصية مناسبة : الوقوف بالقرب من الشخص الآخر بحيث يشعر كلا الشخصين بالراحة، إذا تراجع إحداهما، على الشخص الآخر ألّا يتقدم مرة أخرى، فهذا يعني أنه يشعر بالارتباك.

١٠-٧- المرآة والنسخ الكربوني: الذي يعتني بقراءة الأفكار والكلام الغير محكي بواسطة فهم الإشارات للتقدم والعمل على إنجاح الأهداف.(شحرور، ٢٠٠٩، ص١٦٥).

١١- مهارات لغة الخطاب في وسائل الاتصال الجماهيري:

ويمكن إيرادها بآلاتي:

أ- المهارة الجمالية او الإيحائية : إذ تستطيع لغة الخطاب إثارة الجانب النفسي لدى الجمهور من خلال وسائل الاتصال. وذلك من خلال تنمية الأذواق والتشويق والدعوة الى التأمل المفتوح واستثارة الرغبات ومغازلة العواطف والأحلام، وتفعيل الروح الابتكارية لديه فمن مميزات لغة الخطاب أنها تقبل إسقاطات كل فرد على حدة وفقاً لرغباته، من خلال محاورة اللاوعي لديه بمشاعر وسياقات تختلف في طبيعتها من فرد لأخر. ودور اللغة هنا تغيير البنية الادراكية للجمهور وزيادة قناعاته من خلال تنظيم المفردات وتقديمها بشفافية. مستعينة بأمور أهمها : تفاعل الأدب مع التكنولوجيا لتكوين الثقافة الاتصالية الجديدة ، الاستعانة بالخبراء ، استخدام أساليب اللغة، وحرفة البعد البلاغي في هذا المجال.

ب- المهارة التوجيهية : إذ تسعى لغة الخطاب أن تكون مصاغة في نسيج لغوي ناجح غير متنافر، من خلال تجانس الألفاظ ووحدتها في النص الواحد أو بالمقارنة مع النصوص السابقة وتدفع لغة الخطاب نقاط التأثير لدى الجمهور أن تتناغم مع ما يريده المرسل. وتحتاج في ذلك إلى التجديد والثقة، وتقديم أنموذج للتصرف السلوكي المطلوب في المجتمع. فضلاً عن الانسجام بين حركة الكلمة وإيقاع المؤثرات المرافقة له ، وكذلك مراعاة التوقيتات الزمنية ، وتكنيك عرض المضمون بما يؤدي الى الاقناع بالاختيار، لا بالإكراه المجبر وبأسلوب حضاري متقدم.

ج- المهارة التجسدية : يقع ضمن جهد لغة الخطاب في مجال الاتصال ، القدرة على التشكيل والمطاوعة ، وتمثيل الأشياء بأبعادها ومضامينها، حتى في غياب الصور أو المؤثرات المختلفة ويساعد في ذلك :- الأداء الاتصالي الجيد ، المستوى المهني العام للمرسل ، والثقافة التي يحملها ،

اتحاد صياغة اللغة للمعنى مع التكتيك في الأسلوب ، درجة ثقافة ووعي الجمهور، فضلاً عن القدرة في التعامل مع التكنولوجيا الاتصالية.. وغيرها.

د- المهارة الدلالية : تستطيع لغة الخطاب إيصال الحقائق والمعارف إلى الجمهور بصورة مباشرة أو غير مباشرة. ويوفر التشبيه والإعجاز والصور المستعارة والمدلولات المساندة والاختصارات ، سهولة ذلك التقديم.(الملا، ٢٠٠٧،ص ٩-١٠).

١٢- أهمية الاحتراف في العمل الصحفي والإعلامي:

١٢-١- الصحافي المحترف يعتمد قبل كل شيء على صيته ومصداقيته ونزاهته ومتى فقد هذه الصفات فقد هويته الإعلامية.

١٢-٢- ثم إن الإعلام سلاح ذو حدين، يفيد ويؤذي. لذلك من المستحسن ان يتحلى الإعلامي بقدر كبير من المسؤولية لئلا تتسبب تقاريره بمشاكل ومآس.

١٢-٣- الاحتراف يتطلب جهداً جسدياً وذهنياً كبيراً لمتابعة الأخبار والمصادر خلال ساعات النهار وأحياناً في ساعات الليل.

١٢-٤- المطالعة المعمقة والواسعة في آن في شتى الموضوعات من بديهيات العمل الاعلامي المحترف، لا سيما في عصر العولمة الذي يمطرنا بوابل من المعلومات المكتوبة والمرئية والمسموعة والافتراضية والتي تتطلب اتزاناً ونضوجاً لغربلتها ووضعها في السياق المطلوب.

١٢-٥- أهمية المنافسة في الاحتراف لأن عنصر الوقت هو الغالب في ايصال المعلومة الدقيقة والصحيحة. إلا أن التهور قد يفقد الإعلامي هامش الأسبقية والمصداقية. فالمحررون الذين يعملون دون التأكد من المعلومة أو مراجعة المراسل الذي حصل عليها فيعرضونه للخطر أو الإهانة أو التهميش من قبل مصادره.

١٢-٦- الاحتراف يحتم على الاعلامي ضبط مشاعره والسيطرة على الموقف المثير أو الحرج دون أن يفقد إنسانيته. ففي بعض الأحيان يجد الصحافي نفسه أمام كارثة تستحوذ كل طاقاته أو يضطر الي تغطية خبر عن استهداف زميل له في مهنة المتاعب.

١٢-٧- يجب على المحترف التمييز بين الخبر والتحليل والرأي، كذلك على المحترف ألا يتعمد الخلط بين الخبر والرأي(أبو فاضل، ٢٠٠٥، ص٣- ٤).

وعلى الإعلاميين أن يحضروا جيداً من أجل النجاح في المهنة، وأن يعملوا على تطوير مهاراتهم الإعلامية في سبيل نقل المعلومات والحقائق إلى الجمهور، ومواكبة التطورات التكنولوجية ليكون قادراً على النجاح والعمل في ظل المناخ الإعلامي المتغير (Chung et al, 2006,p305).

١٣- عوامل نجاح الرسالة الاعلامية

١٣-١- اختيار الوقت المناسب لنشر الرسالة: فالمرسل يقوم باستغلال الوقت الأنسب لبث الرسالة حتي تلقى استجابة من طرف الجمهور.

١٣-٢- لا بد وأن يراعي في نشر الرسالة الاعلامية وإذاعتها ، الوقت المناسب لمن توجه اليهم ، وعلي سبيل المثال قد لا تعطي الرسالة الاعلامية هدفاً اثناء العمل المهني، او اليدوي لمجموعة من الافراد فقد لا تجدي الرسالة الاعلامية في مثل هذه الظروف.

١٣-٣- ولنجاح الرسالة الاعلامية يجب أن تتصف بالصدق والوضوح والدقة ، والصراحة والبساطة، وأن تتجرد من الذاتية وتتحلى بالموضوعية مدعمة بالأرقام و الإحصاءات وذلك حتى لا يترك مجالا للتساؤل حول نقطة أو شرح لفظ معين(لوماشي ومحمدي، ٢٠٠٩، ص١٠).

١٤- أهمية الأخلاق في العمل الإعلامي؟

تشكل الأخلاق الإعلامية أحد الأسس الرئيسية في مهنة الإعلام بمعنى أن نزاهة الإعلامي أمر رئيسي في تحديد هدفية هذه المهنة التي هي في الأساس خدمة عامة تسعى إلى خير المجتمع من خلال تزويد الجمهور بالوقائع والمعلومات والحقائق الضرورية لتشكيل رأي عام واع . هذا الدور أساسي نظرا لكون الرأي العام هذا يشكل مصدر السلطات في الأنظمة الديمقراطية.

لذلك ففي كل مرة لا يضع الإعلامي نصب عينيه المصلحة العامة حين يعالج موضوعاً ما، أو في كل مرة يسعى إلى استخدام موقعه ومهنته لأهداف شخصية، أو حين يغض النظر عن أمور وقضايا تضر بالمجتمع أو يسكت عنها لدوافع لا تبررها المصلحة العامة، أو حين يسخر الصحفي قلمه في خدمة أفراد ما بدافع إغراءات متنوعة، في كل هذه الحالات يكون الصحفي خارج رسالة الصحافة

ويرتكب خطأ أخلاقياً. فلا يجوز أن تكون الصحافة في خدمة أفراد لتحقيق مكاسب وغايات فردية وإلا سقطت من حيث كونها رسالة ومن حيث كونها سلطة تهدف إلى تحقيق المصلحة العامة.

ولا بد من تعزيز الأخلاق الإعلامية لدى الإعلاميين من خلال جملة أمور:

أ- تأهيل الصحافيين والإعلاميين من خلال دورات تدريبية أو حلقات عمل أو مبادئ مهنية تحددها المؤسسة الإعلامية للعاملين فيها أو إشراكهم في وضع مواثيق شرف، ومناقشة مستمرة للقضايا الحساسة.

ب - تثقيف طلاب الصحافة أي تعليمهم الأخلاق الإعلامية وآداب المهنة من خلال إدخال موضوع الأخلاق في المناهج وإقامة دورات تدريب وتحليل المقالات الصحافية التي تتناول قضايا ميدانية.

ج - وضع مواثيق وشرعيات تربوية وأخلاقية وسلوكية تحددها المؤسسة الإعلامية على أن تشكل قاعدة عمل وسلوك للعاملين فيها الأمر الذي يستوجب مواكبة المؤسسة للتطبيق. وقد باتت غالبية المؤسسات الإعلامية في معظم الدول تملك مثل هذه الشرعيات. هذا فضلاً عن مواثيق شرف تضعها نقابات صحافية أو اتحادات صحافية أو جمعيات تعنى بالصحافة.

د- يقظة الصحافيين ووعي مسؤولي التحرير في وسائل الإعلام إلى ضرورة تحاشي الأخطاء والانزلاق نحو المغريات المتعددة. هذه اليقظة قد تكون ذاتية أو وليدة نقد اجتماعي من جانب قادة الرأي أو مؤسسات المجتمع المدني.

ذ - تفعيل دور المجتمع المدني في المراقبة والمواكبة كمثل قيام جمعيات الأمهات بمراقبة البرامج التلفزيونية المقدمة لأولادهن، مراقبة الحملات الإعلامية التي تغزو كل مكان، إنشاء المراصد الإعلامية، مشاركة الأكاديميين في دور نقدي، وغيرها من الوسائل التي يمكن للمجتمع المدني المساهمة من خلالها(صدقه، ٢٠٠٨، ص١٢- ١٨).

وعلى إعلامي الصحافة المرئية المسموعة، التدخل بأكثر قدر ممكن من الاستخفاء لتجنب الإساءة للحدث(كالعرض والقضايا).

فهم يشجعون أحياناً وعن غير قصد على المظاهرات وعلى العنف، فلا بد إذاً من تنبيه مشاهد التلفاز قبل عرض ما يمكن أن يصدمه أو عند استخدام صور من الأرشيف أو لدى إعادة تشكيل

حادثة معينة، ولا بد من تعتيم وجه وصوت أي شخص يعرض على الشاشة يمكن أن يعاني حرجاً من كشف هويته(برتراند، ٢٠٠٨، ص٦٢).

١٥ـ أهمية التدريب الإعلامي:

١٥ـ١ـ زيادة فاعلية الخدمات الإعلامية والصحفية في التأثير العام.

١٥ـ٢ـ حسن استخدام الموارد المتاحة.

١٥ـ٣ـ إعداد العاملين الجدد وتأهيلهم للعمل الإعلامي.

١٥ـ٤ـ تطوير مهارات العاملين القائمين على رأس عملهم .

١٥ـ٥ـ عند شراء معدات أو برامج جديدة.

١٥ـ٦ـ تبرز الحاجة إلى التدريب عند ظهور المشكلات .

١٥ـ٧ـ تشجيع البحث في صيغ جديدة للبرامج واقتراح وسائل جديدة للعمل .

١٥ـ٨ـ تبادل الخبرة الإعلامية والصحفية .

وأخيراً نشير إلى أن العملية الإعلامية لا تتسم بالسهولة أو البساطة، لكنها تمثل تضافر جهود وكفاءات إعلامية عديدة وامكانات مادية معتبرة في ظل الريادة والمنافسة والانتشار الإعلامي العالمي، والتي أصبح معها حتى لأصحاب الاحتياجات الخاصة من الصم والبكم قنواتهم التواصلية المتخصصة.

لذلك فأجهزة الإعلام هي أولى من كثير من القطاعات بالكفاءات العالية للتأهيل وأحقيتها بذوي المؤهلات من المتميزين، لأهمية عملهم في إحداث التأثير في المستقبلين ، ومن ثم لابد من رفع مستوى الكفاءة الإعلامية لأنه مدعاة لرفع مستوى العطاء الإعلامي وتحسين مستوى الوسيلة ذاتها ، وإيجاد نوع من التنافس في ممارسة المهنة بما يؤدي إلى الأفضل وتطوير الكفاءات والقدرات والمهارات وبهذا الاتجاه وغيره من الإجراءات يمكن أن نصل إلى ما يطرحه البعض من أن الواجب اليوم يتطلب تفعيل دور الإعلام بالاستفادة من الأدوات والخبرات(حسن، ٢٠١٠، ص٢٤٦ـ ٢٤٧).

وعلى المؤسسات الإعلامية أن تسعى إلى المواكبة الدائمة والرعاية المستمرة للعناصر الإعلامية العاملة فيها، لما لها من أهمية في تعزيز قدرات الإعلاميين والتطوير المستمر الذي تتطلبه مهنتهم، وأهميتها في زيادة كفاءة الإعلاميين وصقل تجاربهم العلمية(أبو عرجة، ٢٠٠٠، ص٣٢٦).

١٦ـ المهنية الإعلامية (الموضوعية):

تكمن المهنية الإعلامية للعاملين في المؤسسات الإعلامية، بإيمانهم بمبدأ الموضوعية في النقل والبث والإعلام، ومسألة الموضوعية لا تزل جدلية إلى هذه اللحظة من حيث إمكانية تحقيقها، بسبب وجود وجهتي نظر حولها، الأولى تبين أن تطبيق الموضوعية أمر لا يمكن الوصول إليه، لأن وسائل الإعلام تحمل دائماً أهدافاً تنحاز إليها، وأن أصحاب الدعوة إلى الموضوعية يحملون مبادئ مثالية لا يمكن تطبيقها على أرض الواقع.

أما وجهة النظر الثانية حول الموضوعية فتقول أن الموضوعية مبدأ من المهم على الإعلامي العمل على تطبيقه مستندين في ذلك إلى تعريف مصطلح الموضوعية بأنه كلمة ذات معنى قابل للتطبيق الفعلي، لكنها صعبة التحقيق بسبب عدة عوامل لذا لا يمكن أن تكون كاملة لكن العمل من أجلها واجب وثمة آليات لتحقيقها.

ويتحدث أصحاب وجهة النظر هذه عن معيقات قد تقلل من مستوى موضوعية الإعلامي الذي يقدم رسالته الإعلامية ومن هذه المعيقات:

أـ نقص الوقت: فمن الممكن أن يكون الإعلامي مضطراً لبث مادة إعلامية في وقت محدد ولا يوجد له متسع من الوقت للتحقق من مصداقية ما يبث وهنا تتأثر موضوعيته ومهنيته.

ب ـ نقص الكفاءة: إن الإعلامي الذي لا يمتلك خبرات إذاعية ومهارات جيدة قد يقدم مادة لا تتوفر فيها الحدود الدنيا للموضوعية، لقلة إمكانياته ومهاراته الإعلامية.

ت ـ الميل الذاتي: إذا سيطرت الميول والأفكار الذاتية والشخصية للإعلامي على رسالته الإعلامية فإنها تجعله غير موضوعي وغير مهني في عمله.

ج ـ القيم الثقافية والاجتماعية والدينية: ليس معيباً أن يتبنى الإعلامي مبادئ دينية أو ثقافية أو اجتماعية معينة، لكن الخطير أن تؤثر أفكاره هذه على رسالته الإعلامية، وبذلك تنتفي لديه الموضوعية، فالأفكار والمعتقدات الشخصية يجب أن يتركها الإعلامي خارج الاستديو.

ح ـ التشويش: ويكون للتشويش تأثير على موضوعية الرسالة الإعلامية حينما يكون التشويش تقنياً في الاستديو، أو حينما يكون بسبب تشوش الأفكار لدى الإعلامي، أو عمله وسط جو مشوش أو مزعج.

دـ ضغوطات جماعات المصالح: كثيراً ما تواجه المؤسسات الإعلامية والعاملين فيها ضغوطات من جهات مختلفة بهدف إحداث تغيير في رسالته الإعلامية، وهذه الضغوط إما يكون مصدرها شخصيات أو مؤسسات دينية أو اجتماعية أو سياسية أو حتى اقتصادية، وإن الاستجابة لتلك الضغوطات يؤدي بالمؤسسة الإعلامية إلى الوقوع في مشكلة عدم الموضوعية.

ذـ الرقابة: الإعلامي مطالب بعدم الخضوع لأي نوع من أنواع الرقابة حفاظاً على مهنيته وموضوعيته.

رـ السياسة التحريرية: لابد للسياسة التحريرية أن تكون متمسكة بمبادئ العمل الإعلامي المهني وبعيدة عن الأهداف المبطنة.(أبو عرقوب، ٢٠١٣،ص ٣٩،٤٠).

وهكذا نجد بأن أهداف الإعلام لا تتحقق إلا عن طريق الاتصال، لأن بالاتصال تصل الرسالة الإعلامية إلى الجماهير لتحدث فيهم الأثر المطلوب، وفي ميدان الإعلام والاتصال يتفاعل المرسلون والمستقبلون من خلال الرسائل التي تحمل مضامين محددة، ويعد الإعلام حلقة من حلقات الاتصال، والإنسان هو الأداة الرئيسية للإعلام وهو الصانع له وهو الفاعل الأساسي في عملية الاتصال والإعلام، والعمل الإعلامي عمل قائم على المعلومة، يسعى الإعلامي إلى توصيل هذه المعلومات بمصداقية وموضوعية، من خلال خبرته في العمل وامتلاكه لمهارات التواصل الاجتماعي، وتكريسها في عمله في سبيل إنجاح العمل الإعلامي.

ثانياً: مهارات التواصل الاجتماعي:

يعد التواصل أحد العناصر الأساسية للعمل الإنساني، لأنه حجر الزاوية في العلاقات القوية والسليمة، فالعلاقات الشخصية تتطور من خلال التواصل، ونوعية التواصل لديها تأثير مباشر على نوعية العلاقات الشخصية، ونوعية هذه العلاقات الشخصية في كثير من الأحيان تؤثر كيف يشعرون تجاه أنفسهم، فالتواصل الفعال مهم جداً في العلاقات بين الأشخاص، والتواصل الفعال يتم بتنمية مهارات التواصل الاجتماعي من خلال القدرة على المشاركة بفعالية وفهم الناس على نحو فعال، وتبادل الأفكار والمشاعر والانخراط في الأنشطة معاً(Erozkan, 2013, p739).

والتواصل الاجتماعي ليس تواصلاً لفظياً فقط، بل قد يكون سلوكاً اجتماعياً ذا طبيعة تواصلية، والمقصود من ذلك أن يكون السلوك متعارفاً على معناه، بحيث يفهم المتلقي ما يريده الملقي بحسب ما تواضع عليه المجتمع تجاه هذا السلوك، كأن ترد فتاة على من تقدم لخطبتها بالصمت، فالصمت سلوك معروف بدلالته على القبول، لأن التواصل ليس وظيفة بيولوجية يؤديها الإنسان كما يؤدي وظائفه الحيوية الأخرى، لكنه يكتسبه من المجتمع كما اكتسب مجموعة من السلوكيات المتواضع عليها، حتى يقيم تواصلاً بينه وبين أفراد المجتمع(حمدان، ٢٠٠٩، ص٨٢)

١- مفهوم مهارات التواصل الاجتماعي:

تشير مهارات التواصل الاجتماعي إلى البدء بالعلاقات الاجتماعية الإيجابية ومتابعتها كالتصرف بما يتماشى مع البيئة، والبدء ومتابعة وإنهاء التفاعل الاجتماعي، والقدرة على التعامل مع الظروف غير المرغوب فيها، وصنع القرار وحل النزاع وتأكيد الذات، وحل المشكلات وإدارة الذات، بالإضافة إلى الدفاع عن حقوق الشخصية وطلب المساعدة من الآخرين عند الضرورة وأن نكون على معرفة بمشاعرنا ومشاعر الآخر (Erbay et al, 2011,p385).

فالتواصل عملية تبادل المعلومات والأفكار بين أفراد أي مجتمع، سواء أكانت أفكار ذات طبيعة علمية أو عملية أو اجتماعية أو ثقافية، وتنبع من حاجة الفرد إلى الكلام والاستماع والتفاعل مع الآخرين، وللقيام بعملية التواصل لا بد من وجود مرسل ومستقبل ورسالة، فالمرسل يمتلك أفكار تحول إلى رموز يمكن فهمها من قبل المستقبل، ويظهر التواصل فقط عندما يحدث فهم مشترك للرسالة بين المرسل والمستقبل، فالتواصل بشكل عام عملية إنشاءٍ للمعاني ومشاركة الآخرين من

خلال استخدام الرموز، ويحدث عندما يقوم الشخص بإرسال أو استقبال المعلومات والأفكار والأحاسيس مع الآخرين، وهو لا يقتصر على اللغة المنطوقة ولكنه يشمل كذلك لغة الجسد وأسلوب الشخص وطريقته في التعبير للآخرين (Buck& VanLear,2002, 523-525).

ويعرف التواصل "بأنه القدرة على التعبير عن الأفعال، والقدرة على الدخول في حوار متبادل أو منافسة حتى وإن كانت بسيطة، ولا يقتصر التواصل على عملية نقل المعلومات من وإلى الآخرين حيث يعتمد تنظيم عملية التواصل في الأفكار والمشاعر والاتجاهات مع الآخرين، كما يعرف التواصل على أنه عملية معقدة في إقامة وتطوير الروابط بين البشر والتي تتولد من الحاجة إلى الأنشطة المتحركة، وتتضمن تبادل المعلومات وبلورة استراتيجية واحدة للتفاعل والإدراك وفهم الشخص للآخرين، ومن ثم يمكن تمييز ثلاثة جوانب للتواصل وهي على وجه التحديد، جانب توصيلي، وجانب تفاعلي، وجانب إدراكي"(الثقفي، ٢٠١٥، ص٢٤).

وتتمثل وسائل العملية التواصلية في أنساق محددة من العلاقات وهي:

أـ الكلام بصفة أساسية.

ب ـ نسق العلاقات والإشارات البصرية والحركية والإيماءات والمحاكاة والتعبير الوجهي.

ج ـ الأنساق شبه اللغوية الخارجة عن نطاق اللغة والإشارات غير اللفظية.

دـ نسق لتنظيم زمان ومكان الاتصال.

ذـ نسق يضم الأنساق السابقة جميعها، وهو يمثل أحد السمات الهامة في التواصل(الثقفي، ٢٠١٥، ص٢٥).

ويعرف التواصل الاجتماعي "بأنه الاحتكاك المتبادل بين الأفراد بعضهم مع بعض هذا الاحتكاك هو نوع من التعارف الاجتماعي يتم عن طريق وسائل الإعلام التي تتولى تعميق الصلات الاجتماعية وتنميتها، حيث تقوم وسائل الإعلام كلها تقريباً بتعريف الناس ببعض الأشخاص البارزين أو الذين هم في طريق الشهرة سواء في مجال السياسة أو الفن أو المجتمع أو الأدب" (الموسوي، ٢٠٠٢،ص ١١).

وهناك خمس مهارات أساسية للتواصل الاجتماعي، اثنتان منها متعلقتان بوضع الفكرة في كود وهما: الكتابة والتحدث، واثنتان متصلتان بفك الكود وهما: القراءة والاستماع، والمهارة الخامسة هي القدرة على التفكير ووزن الأمور(الحديدي واللبان،٢٠٠٩، ص٤٩).

والمهارة هي استعداد أو موهبة طبيعية أو مكتسبة تنمو بالمعرفة أو بالتعليم وتصقل بالتدريب ، وتجعل الفرد قادراً على الأداء جسمياً وذهنياً ، كما أنها تستخدم في التأثير على سلوك الآخرين لتحقيق هدف معين، وهي القدرة على أداء عمل ، أو تنفيذ إجراء ، أو اتخاذ هدف باستخدام أساليب وطرق تتسم بالكفاءة والتميز وتحقيق أفضل النتائج من الموارد والإمكانيات المتاحة ، ومصدر المهارة قد يكون الوراثة التي تسمح لبعض الأفراد بقدرات لا تتوفر لغيرهم ، وقد يكون مصدرها البيئة وما توفره من تعليم وتدريب، وتكمن أهمية المهارات في تحسين مستوى الأداء ، ورفع معدلات الإنتاجية من خلال قيادة توازن بين أهداف المنظمة وأهداف العاملين وتعمل على رفع مستوى رضاهم ، وتضمن استمرار وجود فعالية إدارية وتنظيمية(الأغا، ٢٠٠٨، ص٦٣).

٢ـ شروط نجاح عملية التواصل:

التواصل هو فن نقل المعلومات والأفكار والمواقف من شخص لآخر، وتبادل المعلومات بين الناس والمشاركة في المعرفة عن طريق استخدام رموز تحمل معلومات(الحديدي، ٢٠٠٢، ص٣٢).

أـ ما يتعلق بالمرسل:

- أن يكون مُقنعاً، ومؤمناً بأهمية الرسالة التي ينوي إيصالها إلى المستقبل.
- أن يكون متمكناً وملماً بمحتوى الرسالة من معلومات ومهارات واتجاهات وقيم.
- يجب أن تتوافق الرسالة مع المستوى المعرفي للمستقبل.
- يجب أن يحترم المرسل ردة فعل المستقبل.
- على المرسل أن يوزع المعلومات زمنيا بشكل صحيح.
- أن يكون ملمّاً بطرق الاتصال ووسائله المختلفة.
- أن يكون على علم بخصائص المستقبل للرسالة وحاجاته.
- أن يكون متمكنًا من كيفية استعمال الأجهزة والوسائل المختلفة.
- أن يهتم بالتغذية الراجعة للمستقبل.

- أن تكون اتجاهاته نحو نفسه ورسالته والمستقبل إيجابية، لأن ذلك يزيد من فرص نجاح التواصل.
- أن يحسن اختيار الوقت والمكان الملائمين لتوصيل رسالته.

ب ـ ما يتعلق بالمستقبل:

- إن مهارة المستقبل في استقبال الرموز غير اللغوية الأخرى كالإشارات والحركات وتعبيرات الوجه وتفسيرها تفسيراً صحيحاً يعينه على فهم الكثير من الرسائل والاستفادة منها وبالتالي نجاح عملية التواصل.
- يجب على المستقبل أن يتحلى بالذكاء والبديهة في التقاط الرسالة.
- على المستقبل أن يتميز بمقدرة على المبادرة الذاتية في فهم الرسالة أو فك رموزها.
- إن مهارتي الاستماع والقراءة عند المستقبل هامتان في نجاح عملية الاتصال لأنهما تعينانه على استقبال الرسالة وترجمتها إلى معانيها وفهمها بدقة.

ج ـ ما يتعلق بالرسالة:

" تعد الرّسالة الاتصالية قلب عملية التواصل وحلقة الوصل بين المرسل و المستقبل فلا يمكن أن تتم عملية الاتصال بدونها، و لابد من توفر بعض الخصائص في الرسالة الاتصالية حتى تكون ناجحة هي:

- لابد أن ينبع محتوى الرسالة من تحديد دقيق للهدف من عملية التواصل، وأن يتناسب المحتوى مع قدرات المستقبل وخصائصه ومستواه المعرفي.
- التدقيق في اختيار الأسلوب المناسب لإيصال الرسالة إلى المستقبل يساعد على نجاح عملية الاتصال فقد يكون الأسلوب المناسب هو الأسلوب العلمي الذي يخاطب عقل المستقبل أو الأسلوب الأدبي الذي يخاطب العاطفة، وقد يلزم الجمع بين الأسلوبين.
- أن تكون صريحة و غير متحيزة: بمعنى أنها لا لبس فيها و يجب أن نقول الحقيقة دائماً.
- أن تكون صحيحة و مضبوطة: بمعنى سلامة لغة الرسالة الاتصالية وخلوها من الأخطاء النحوية أو الإملائية ،كذلك اختيار الكلمات الصحيحة ووضعها في جمل صحيحة و فقرات معبرة، فاللغة السليمة تبين مدى حرص المرسل على إيصال رسالته للمستقبل على أكمل وجه.

- أن تكون واضحة وجلية: يجب أن يكون معنى الرسالة الاتصالية واضحاً بحيث لا يكون هناك أدنى إمكانية لسوء الفهم، وهذا يتطلب فحص كل كلمة وجملة وعبارة من عبارات الرسالة الاتصالية حتى تكون مفهومة لدى المستقبل.
- أن تكون تامة وكاملة: يجب أن تعطي الرسالة الاتصالية معنى كاملاً عن طريق تزويد المستقبل بمعلومات وفيرة تجيب عن جميع أسئلته وتوضح الهدف الاتصالي، وهذا يتطلب من المرسل أن يحلل جمهوره ويعرفهم حق المعرفة حتى يعوا قصده من الاتصال مباشرة، وكذلك يجب ألا يفترض بأن المستقبل يفهم رسالته من أول مرة ، فلا بأس من تكرارها أكثر من مرة حتى يعطي صورة كاملة عن هدفه من الاتصال.
- أن تكون موجزة أو مختصرة: على المرسل أن يوجز في رسالته ونقصد بالإيجاز حذف المعلومات التي لا تساهم في تحقيق هدف الاتصال وتجنب الحشو الزائد.
- أن تكون لطيفة: يجب على المرسل أن يستخدم الكلمات الطيبة و اللطيفة و التي تضفي جوا من الاحترام و التقدير و السرور والمحبة على جو الاتصال.
- أن تكون محسوسة أو ملموسة: يجب أن تكون كلمات الرسالة الاتصالية محسوسة لأن الكلمات المحسوسة أكثر تحديداً للمعنى من الكلمات المجردة لكونها تشير إلى الإنسانية"(غربية وزرادني، ٢٠١١، ص٥١ـ ٥٢).

د. ما يتعلق بالوسيلة:

إن اختيار الوسيلة يؤثر على فهم الرسالة وإدراك مضمونها وبالتالي على نجاح التواصل، والوسيلة الجيدة هي التي تنقل محتوى الرسالة بدقة ووضوح وأمانة، وتتناسب مع الهدف من عملية التواصل وخصائص المستقبل وعددهم، والإمكانيات المادية المتاحة في البيئة.

كما أن استخدام الوسيلة في الوقت والمكان المناسبين، وبالأسلوب المناسب الذي يشجع المستقبل على المشاركة والتفاعل مع المرسل، مما يساعد على نجاح عملية التواصل(علي، ٢٠٠٩، ص٥٢ـ ٥٣).

ومن العوامل التي تؤثر في نجاح عملية التواصل، وضوح اللغة المتداولة وتعارفها بين الأطراف يجعل التواصل مختلفاً عما إذا كان هناك غموض في بعض الكلمات أو اختلاف في التعابير اللغوية، كذلك فإن الوضع النفسي للمرسل أو المستقبل يؤثر في عملية التواصل، فعندما يكون أحدهما

منزعجاً لن يتمكن حينها من توضيح رسالته، أو حتى تلقي الرسالة بوضوح، ويعد المفهوم الإيجابي للفرد عن ذاته عاملاً مهماً في التواصل، فهو يمكن الفرد من التعبير عما يريده على نحو جيد، بينما لن يتمكن من إيصال رسائله بوضوح في حال امتلاكه تصوراً سلبياً عن ذاته، وتؤثر توقعات الفرد وتصوراته عن الآخرين في كيفية التواصل معهم، فهو إذ يحمل تصورات إيجابية عن الآخر تجعله يدرك رسائل الآخر بطريقة تختلف عما إذا كان لديه تصور سلبي سابق عنه، وقد يساعد الإنصات الجيد من المستمع في إنجاح التواصل بينه وبين المرسل بينما انشغال المستمع في التحضير للرد على المرسل يعيق فهم الرسالة على النحو الصحيح(حسونة، ٢٠١٠، ص٣٦).

٣- أنماط التواصل:

يتضمن التواصل الأفعال السلوكية التي تعطي المعلومة للآخرين عن حالة الشخص العاطفية والفيزيولوجية وعن رغباته وآرائه ومقدرته على الفهم والإدراك أم أن يكون من الممكن للفرد على الأقل أن ينتج إشارات لفرد آخر يقوم باستقبالها وترجمتها (الباشا، ٢٠٠٧، ص٢٥).

أ - **التواصل اللفظي:** وهو التواصل الذي يتخذ من الألفاظ والكلمات وسائلاً لانتقال الرسالة من المرسل إلى المستقبل، وهو نوعان: التواصل الشفوي، ويتم عن طريق الكلام والحديث بين المرسل والمستقبل، والتواصل الكتابي يتم عن طريق الكتابة.

ب - التواصل غير اللفظي: وهو التواصل الذي لا تكون مادته الكلمة المقروءة أو المسموعة، وقد يستخدم المرسل هذا النوع من التواصل جنباً إلى جنب مع التواصل اللفظي، سواء الشفوي منه أو الكتابي، ومن أنماط هذا التواصل: الأيدي حيث يستخدم المرسل حركة اليد للتعبير عن موقف معين، أو حالة انفعالية معينة، وحركة الجسم كحركة الرأس، أو الضرب بالقدم، كل هذه الحركات لها دلالات ثابتة، وأثر بالغ عند المستقبل. والوجه الذي يعتبر أكثر أجزاء الجسم نقلاً للمعنى، ومعبراً عن المشاعر والانفعالات، ويذكر أحد خبراء التواصل أن الوجه قادر على عكس (٢٥٠.٠٠٠) تعبير مختلف وبشكل عام فهو يعكس ستة أنواع من الانفعالات هي: السعادة، الغضب، الدهشة، الحزن، الاشمئزاز، الخوف(كابور، ٢٠١٠،ص ٢٩٠- ٢٩١).

٤ـ المهارات التواصلية:

لقد غدا امتلاك مهارات التواصل أحد متطلبات النمو الشخصي و المؤسسي للوصول إلى الأهداف التي عادة ما توضع من خلال تخطيط مسبق ، و رؤية واضحة المعالم و إعداد جيد في بيئة صحية سواء كان التخطيط على المدى القصير أو المتوسط أو البعيد، لذلك لابد من التسلح بالكثير من هذه المهارات، و يقاس مدى نجاح مهارات التواصل في مدى توفيرها للجهد و الوقت وكلما زادت أهداف الإنسان في الحياة كلما احتاج إلى هذه المهارات أكثر و أكثر و كلما اكتسب الفرد هذه المهارات قويت شخصيته أكثر و ازدادت ثقته بنفسه و فتحت أبواب النجاح له بابا تلو الآخر، وتعد مهارات التواصل إحدى المهارات الأساسية التي يجب أن يتحلى بها الإعلاميون، فإذا فشل المستمعون في فهم كلمة الإعلامي، أو إذا انصرف عدد كبير منهم عن الإنصات له نتيجة الإحساس بالملل مما يقوله يكون قد افتقد القدرة على التواصل مع الجمهور(غربية وزرادني، ٢٠١١، ص٥٠ـ٥١). وهناك مجموعة من العوامل الدخيلة التي تؤثر بشكل سلبي في التواصل فمثلاً قد يصعب على الشخص القلق نتيجة وجود عجز لديه، تعلم كيف يشارك مجموعة في نشاط ما، لأنه دائم التفكير في رأي المحيطين به، والقصور في تأدية الضبط الذاتي ويتضح في عدم الثبات في استخدام المهارة الاجتماعية على الرغم من امتلاكها بسبب ظهور استجابات دخيلة، فمثلاً ظهور ردة فعل غير مرحبة من المحيطين بالشخص، قد تقوده لعدم استجابته بطريقة مرغوبة اجتماعياً.(المقداد وآخرون، ٢٠١١،ص ٢٥٥ ـ٢٥٦)

وأشار اليوسف، (٢٠١٣) في دراسته إلى مهارات التواصل على النحو التالي:

أ. مهارات التواصل غير اللفظي وتتمثل في:

- التعبير الانفعالي: الذي يشير إلى إرسال الرسائل الانفعالية من خلال تعابير ملامح الوجه و الجسد.
- الحساسية الانفعالية: هي مهارة استقبال انفعالات الآخرين وقراءة وتفسير رسائلهم الانفعالية غير اللفظية.
- الضبط الانفعالي: والذي يشير إلى القدرة على ضبط وتنظيم التعبيرات غير اللفظية والانفعالية، ويشمل القدرة على إخفاء الملامح الحقيقية للانفعالات.

ب. مهارات التواصل اللفظي وتتمثل في:

- التعبير الاجتماعي: ويشير إلى القدرة على لفت أنظار الآخرين عند التحدث في المواقف الاجتماعية كما يشير إلى الطلاقة اللفظية والقدرة على البدء بالمحادثات والتحدث بتلقائية في موضوع ما.
- الحساسية الاجتماعية: والمتمثلة في القدرة على الإنصات والاستقبال اللفظي والوعي بالقواعد المستترة وراء أشكال التفاعل الاجتماعي(اليوسف، ٢٠١٣، ص٣٣٤).

٥- مهارات التواصل اللفظي:

وتتضمن مهارات التواصل اللفظي ما يلي:

أ- مهارات الحوار مع الآخرين وتتضمن المهارات الآتية:

- المودة: وتتضمن قبول التفاعل مع الآخر و مشاعر الدفء تجاهه والحرص على جعل اللقاء ممتعاً.
- الحفاظ على تقدير ذات الآخر أثناء التفاعل الاجتماعي: والمقصود بها حرص الفرد على تجنب ما قد يؤدي إلى الإضرار بتقدير الآخر لذاته.
- تجنب صيغة الإلزام: والمقصود بها التخفيف من استخدام صيغة الأمر والمطالب المباشرة والكثيرة.
- معرفة كيفية الاعتراض أو قول (لا) بطريقة مناسبة.
- تجنب تجاوز القواعد: ومن ذلك تجنب مقاطعة شخص ما أثناء الحديث، وتجنب إصدار النكات غير المناسبة للموقف(الحميضي، ٢٠٠٤، ص٧٣).

ب - مهارة طرح الأسئلة:

وتقوم على أربع مهارات أساسية وهي:

ب - ١- صياغة السؤال: من حيث وضوح كلمات السؤال، وسهولة عباراته وتركيبه، وبيان هدفه، وملاءمته لقدرة المسؤول، فهذه تعد عناصر أساسية تساعد المسؤول في الوقوف على فهم المراد

من السؤال بلا تشتت، وفي نفس الوقت تعين السائل في الحصول على الإجابة الصحيحة والمطلوبة.

ب ـ ٢ـ تصنيف الأسئلة:

ويعد تصنيف الأسئلة من المهارات الأساسية والمهمة في طريقة المساءلة حيث هذا التصنيف يساعد السائل في تحديد نوعية المعلومات التي يريد الحصول عليها.

ب ـ٣ـ توجيه السؤال:

إن مهارة توجيه السؤال تتطلب من السائل أن يكون ملماً بآداب السؤال والحوار وأن يوجه السؤال في الوقت المناسب.

ب ـ٤ـ تحسين نوعية الإجابات:

الهدف من توجيه السؤال عادة الحصول على إجابة محددة، والإنصات للمسؤول يعكس البعد الاجتماعي والإنساني في التعامل مع الآخرين، ويمد جسور الاتصال معهم، إضافة إلى أنه يوصل قيمة آداب الحوار وحسن الإنصات والاستماع، ومن خلال رجع الصدى يستطيع السائل مراجعة الإجابات وفهمها، وتحديد نقاط الضعف والنقاط التي تحتاج لمراجعة، وهذا ما يجعل المسؤول يبذل مزيداً من الجهد لجعل إجاباته وافية وكاملة(باعيسى، ٢٠٠٢،ص ٥٤).

ت ـ مهارة المحادثة:

هناك مجموعة من المهارات والقدرات التي لا بدّ للمحاور من امتلاكها أثناء حديثه مع الآخرين وبالتّالي إتقانها.

ت ـ ١ـ إتقان فن الحديث والحوار:

يعد التحدث فن من الفنون اللغوية التي تتطلب مهارات وقدرات، حتى يكون التواصل الشفوي فعالاً ومثمراً، حيث إن التحدث أداء فهو يتطلب مهارات، ومن أهم المهارات والقدرات اللازمة للتحدث، كي يكون معبراً وفعالاً في مواقف الاتصال، هي: المقدمة ، النطق الصحيح، الطلاقة، الوقفة المناسبة، الصوت المعبر، الأسلوب ويشمل: المفردات والتراكيب، الخاتمة(خصاونة والعكل،٢٠١٢،ص ١٨٩).

و كثيراً ما يرتكب الأفراد أخطاء شائعة عند مخاطبتهم للآخرين ولمحاولة التقليل من هذه العادات التي تعوق قدرة الفرد على مخاطبة الآخرين بطريقة واضحة يجب مراعاة ما يلي:

- تختلفُ آراء الناس في أكثرِ الأمور، كما تختلف أمزجتُهم وألوانُهم، واختلاف الآراء ينبغي ألا يؤديَ إلى اختلاف القلوب؛ فعلى المحاور أن يحترم وجهة نظر الآخرين ويأخذها في اعتباره وأن يرى محاورَه معاونًا له لا خَصْمًا، ويشكُرُه إذا دَلَّه على الخطأ.
- على المحاور ألا يناقش في موضوع لا يعرفه جيداً، ولا يدافِعْ عن فكرة ما لَم يكُنْ على اقتناع كاملٍ بها؛ لذا إذا أراد الحديث في موضوع معين، فعليه أن يعدَّ مادتَه إعدادًا جيدًا، ويكونْ على ثقةٍ مِن صحةِ معلوماته، حتى لا يسيءَ إلى نفسِه أو فكرته.
- على المتحدث اختيار الظرف المناسب مكاناً، وزماناً، وإنساناً؛ فالحديث في مكتب المدير غيرُ الحديثِ مع صديق، والمناقشة في قاعةِ المحاضرات غيرُ المناقشة في حديقة عامة، والوقت الذي يسبِقُ الانصرافَ من العمل لا يتسعُ للحديث، ومراعاة أسلوب الحديث فالمناقشة في المواضيع السياسية والأمنية، تختلف عن الحديث عن التراث الشعبي على سبيل المثال.
- عدم مقاطعة المتحدث في أثناءِ كلامه، وانتظاره حتى ينتهي من إعطاء رأيه، إلا في حال أطال حديثه وخرج عن الموضوع، نقاطعه بطريقة لائقة، ونرجعه إلى الموضوع الأساسي أو ننتقل إلى فكرة أخرى من الموضوع.
- مراعاة الوقت، وعدم الإطالة بالكلام لكي لا يمل السامعون، فخير الكلام ما قل ودل.
- مراقِبة النفس عند الحديث والحوار، وعدم رفع الصوت كثيراً، وعدم تقطيب الحاجبين، وأن تكون تعابير الوجه تدل على الراحة والهدوء والابتسام.
- على المتحدث أن يكون كلامه مضبوطاً، ولغته متقنة خالية من الأخطاء، وأن يكون مبيناً في التعبير عما يريد، وأسلوبه سلساً، وكلامه خالياً من الأغلاط.
- أن يستعين المحاور بضربِ الأمثلة؛ فمثال واحد جيِّد خيرٌ من ثلاث صفحات من الكلام الضعيف، والمثال الجيِّدُ يوضِّحُ الفكرة، ويُقنِع، ويبقى في الذِّهن. .
- البدء بالحوار بالنقاط المشركة بين المتحدث وبين المستمع أو المستمعين؛ فذلك أدعى لقَبولِ كلام المتحدث، وعلى المتحدث أن يشعر الآخرَ أن الفكرةَ فكرته هو لا فكرة المتحدث.

- على المحاور أن يصغي جيداً لما يقوله الآخرون "ذكَر ستيفن كوفي في كتابه الشهير: "العادات السبع" أن كبارَ الناجحين يحاولون أولاً أن يفهموا ما يقولُه الآخرون، ثم يبذلونَ الجهد لإفهامهم وإيضاحِ وجهات نظرهم لهم"(الأميري،٢٠١٤، ص٣).
- الحذر من فقدان السيطرة على النفس، فهناك أناسٌ لا يبحثون عن الحقيقة، تدرَّبوا على المناظرة والجدَلِ، وقد يعمِدونَ إلى الكذبِ والتضليل لإحراج الطَّرَفِ الآخَر؛ فعلى المتحدث أن يكون واعياً وألا يقع فريسة لهم.
- الصدق في عرض المعلومات، والموافقة على الصواب والثناء على النقاط الجيدة في حديث الطرف الآخر، وإبداء الإعجاب بها.
- على المتحدث أن يصل إلى نتيجة؛ فالحديثُ كثيرًا ما يتشعَّبُ إلى فروع بعيدةٍ عن الأصل، فإذا انحرَف الحديثُ عن مَسارِه فعلى المتحدث أن يعيده إليه، وعلى المتحدث أن ينهي المناقشة أو الحديث إذا وجد أنه عديم الجدوى(الأميري،٢٠١٤، ص٢-٤).

ت - ٢- المهارات الفرعية لمهارة المحادثة:

- اختيار نغمة الصوت وقوته ودرجته التي تناسب موضوع الحديث.
- تنظيم الكلمات والألفاظ وتحديد الوقفات التي يمكن أن تضيف قوة للحديث.
- تنقية الحديث من الحشو والمعاني الفارغة.
- تجنب الكلمات والمعاني الصعبة والمبالغة في استخدام أفعال التفضيل.
- الحديث مع الآخرين ليس بالصوت فقط، ويتم التكامل مع الصوت بتعبيرات الوجه وحركة اليدين والجسم.
- على المتحدث أن يتذكر أنه عندما يتحدث عن حاجات واهتمامات المستمعين له فإنهم يكونون أكثر استعداداً للاستماع والمناقشة.
- يجب استخدام الاستمالات العاطفية والاستمالات المنطقية.
- يمكن تجنب استخدام التكرار لبعض الموضوعات أو الأفكار في الحديث للمساعدة في عملية الإقناع وبالرغم من فوائد عملية التكرار إلا أن الإعادة كثيراً ما تسبب الملل والضيق للمستهدفين لذا يجب تنويع الاستمالات المستخدمة لتحقيق الهدف نفسه.

- تجنب الحركات الجسدية المتكررة أو استخدام ألفاظ معينة بصورة متكررة أو التثاؤب في أثناء الحديث(كابور، ٢٠١١،ص ٥٩).

ث ـ مهارات القراءة:

تعتبر مهارات القراءة الصامتة أو المسموعة من أهم المهارات الضرورية في عملية التواصل، حيث أن التركيز و الانتباه في القراءة تمكن الفرد من استخلاص المعلومات بسرعة ، حيث يقوم الفرد بقراءة التقارير ، و المذكرات وعليه أن يستخلص النتائج بسرعة والتي تساعده في اتخاذ القرار.

ث ـ١ـ مهارة التعرف:

يقصد بمهارة التعرف: إدراك الرمز ومعرفة المعنى الذي يوصله السياق الذي يظهر فيه، وتتضمن مهارة التعرف عدة مهارات فرعية هي: إتقان التعرف البصري للكلمة، استعمال إرشادات معينة، القدرة على تحليل الكلمات، وهذا يشمل التحليل الصوتي (التلفظ بالكلمة صوتاً)، والتحليل التركيبي(إدراك أجزاء الكلمة)، واستعمال القاموس للكشف عن معاني الكلمات التي لم يمكن التوصل إليها من خلال المهارات الثلاثة السابقة.

ث ـ ٢ـ مهارة الفهم:

إن الهدف من كل قراءة هو فهم المعنى أساساً ، ويستطيع القارئ الجيد أن يفهم الكلمات من السياق كما يستطيع فهم الكلمات كأجزاء للجمل، والجمل كأجزاء للفقرات، والفقرات كأجزاء للموضوع كله، ومهارة الفهم هي الربط الصحيح بين الرمز والمعنى وإيجاد المعنى من السياق، واختيار المعنى المناسب، وتنظيم الأفكار المقروءة، وتذكر هذه الأفكار، واستخدامها فيما بعد في الأنشطة الحاضرة والمستقبلية.

ث ـ٣ـ مهارة النطق:

المقصود بمهارة النطق هو سلامة إخراج الحروف من مخارجها، وحسن نطق الحركات الطوال (الألف، والواو، والياء)(القحطاني، ٢٠٠٩، ص٢٠ـ ٢١).

ج ـ مهارات الاستماع:

الاستماع مهارة من مهارات الاستقبال اللغوي التي تتطلب تفاعلاً مع المتكلم وقد يتم هذا التفاعل وجهاً لوجه من خلال الحوارات أو الندوات أو المحادثات ويشير (Ret chard)إلى مهارات الاستماع كما يلي: الاحتفاظ بأجزاء من المسموع في الذاكرة قصيرة المدى، التمييز بين الأصوات، الكشف عن الكلمات الرئيسية أو المتجانسة في الموضوع المسموع، تخمين معنى الكلمات باستخدام السياق، تعرف العلاقات السببية، إدراك تسلسل الحديث، المقارنة والموازنة، الاستنتاج، التلخيص، تعرف الملامح الشخصية.(مزيد، ٢٠١٢،ص ١٠١٠).

وتشير مهارات الاستماع إلى الاستماع الموجه وهو فهم رسالة شفهية منطوقة، بطريقة منظمة وموجهة نحو هدف محدد(العوفي، ٢٠١٤، ص٣٣).

ج ـ١ـ ويتضمن الاستماع مهارات عدة، تختلف من موقف إلى آخر، ومنها:

- **الانتباه لمدة طويلة**: ويكون ذلك بتركيز الانتباه مع المتكلم، أو القارئ، والتوجه إليه، وحذف عوامل التشتت التي قد تصرف الذهن عن الانتباه.
- **إدراك الأفكار الأساسية، والفرعية للنص المسموع:** وتلك المهارة من مهارات الفهم، فعلى المستمع أن يعرف الأفكار الأساسية للموضوع المسموع، وما تتضمنه هذه الأفكار من أفكار جزئية.
- **إدراك العلاقات المختلفة في النص المسموع:** ويتحقق ذلك بتحليل الموضوع المسموع، وإدراك العلاقات ما بين أجزائه، وتحديد غرض المتكلم، وإدراك التوافق والتعارض في الكلام، وربط المعاني بعضها ببعض.
- **سرعة الفهم، ودقته:** وهو مهم جداً إذ يترتب عليه المهارات العليا التي تستلزم من المستمع كثرة التدرب عليها.
- **إصدار الحكم على النص المسموع:** ويكون إصدار الأحكام على الأفكار من حيث ترتيبها وترابطها، وعلى الألفاظ من حيث مطابقتها للمعاني، وعلى أداء المتكلم، أو القارئ من حيث مدى سلامة الأداء، وعلى الصور الجمالية المتضمنة.
- **فهم معاني المفردات من خلال السياق**: بأن يدرك المستمع معنى كل كلمة في مكانها الصحيح، بربطها بما قبلها، وبما بعدها من كلام(الأحمدي،٢٠١٠، ص٤٨).

تشمل مكونات الاستعداد للاستماع: الوعي للأصوات في البيئة، والتمييز بينها، وتحديد اتجاهها ولفظ الأصوات البيئية، والتفسير الوظيفي لها، بالإضافة إلى فهم المفردات الأساسية التي يتم استقبالها، والمستوى الأساسي للانتباه، والتركيز والربط بين الصوت ومعناه، والذاكرة السمعية، والوعي للمعلومات الانفعالية التي يتم الحصول عليها من الأصوات المتنوعة، والقدرة على متابعة التعليمات اللفظية البسيطة.

وللتدرب على الاستماع لا بد من: التمييز الدقيق بين أصوات الحروف، وتطوير المفردات، والإغلاق السمعي، واستخدام المحتوى، والاستماع إلى أهداف محددة تتضمن تحديد الفكرة الرئيسية، والتحليل الناقد. والاستنتاجات المنطقية، وتحديد معاني الكلمات، وفهم التعليمات ومهارات الذاكرة السمعية. ويمكن استخدام المواد المسجلة ويتضمن ذلك استدعاء الحقائق والتفاصيل وتذكرها، وتذكر التسلسل، ومهارات التنظيم، وإدراك مؤشرات التنسيق والاستماع، والاختيار(أبو زيتون وعليوات، ٢٠١٠، ص٢٢٠).

ج ـ ٢ـ مستويات الاستماع:

يوجد أربعة مستويات للاستماع ، وهي كالآتي:

المستوى الأول: عدم الاستماع:

يمتاز الفرد في هذا المستوى بالآتي: كثير المقاطعة، لا يبذل جهد ليستمع، يطلب الكلمة الأخيرة، يريد أن يتحدث أكثر من أن يستمع، يظهر تواصل بصري قليل أو معدوم تجاه المتحدث، يظهر أنه منتبه ولكن تفكيره منصب على شيء آخر.

المستوى الثاني: استماع هامشي:

يمتاز الفرد في هذا المستوى بالآتي: استماع سطحي، يشرد ذهنه بسهولة، يفكر بما سيقوله المتكلم لاحقاً، يسمع الكلمات ولكن لا يربطها بالمعنى، يستمع للجزئيات ولكن لا يصل للصورة الكلية للموضوع.

المستوى الثالث : الاستماع التقييمي:

يمتاز الفرد في هذا المستوى بالآتي: يركز انتباهه على الموضوع، يركز على الكلمات مما يفقده القصد من ورائها، يركز على المحتوى ولكن لا يكترث لمشاعر المتكلم، يستطيع أن يحدد الحقائق، الإحصاءات، ولا يلاحظ الدلالات البصرية والصوتية.

المستوى الرابع: الإنصات:

يمتاز الفرد في هذا المستوى بالآتي: يركز انتباهه، يؤجل الحكم حتى يستمع لكامل الرسالة، يعطي تغذية راجعة شفوية وغير شفوية للمتكلم، يصغي للأفكار، والمشاعر كما يصغي للكلمات، يعمل بجد ليفهم الكلمات، والرسالة، ووجهة نظر المتكلم، يطرح الأسئلة التي تشجع على الحوار، وتوضيح الموضوع(قطيط، ٢٠١٥،ص٥-٦).

ج -٣- أنواع الاستماع:

يوجد سبعة أنواع للاستماع وهي كالآتي:

- **الاستماع التحليلي:** يتطلب هذا النوع من المستمع اليقظة الكاملة، لأن المستمع يتوقع أن يستمع إلى شيء ضد خبرته الشخصية ، وعندها يكون المستمع في موقف تحليل ما سمعه ويسمعه.
- **الاستماع من أجل المتعة والتقدير:** ويتضمن الاستماع بمحتوى المادة المسموعة، وتقدير ما يقدمه المتكلم والاستجابة التامة له، وتحديد منهج المتكلم في التحدث وميزاته، والتأثر بصوت المتحدث والاندماج معه شعورياً بل والتأثر بمنظره العام، وهيئته ونبرات الصوت المنبعثة منه.
- **الاستماع الناقد:** بقصد النقد والتحليل حيث يتوجب على المستمع أن يصغى جيداً لأفكار المتحدث وآرائه، ثم يعمد إلى تحليلها ونقدها في ضوء خبرته وفق معايير موضوعية ومن الطبيعي أن هذا النوع من الاستماع لابد له من التركيز الحاد واليقظة التامة والإصغاء الكلي حتى يستوعب المستمع جيداً ما يقال أمامه من آراء وأفكار، كي يعمد إلى شرحها وتفسيرها ونقدها وتقويمها نقداً موضوعياً وتقويماً سليماً.
- **الاستماع التقويمي:** وفيه يكون المستمع انطباعات عن المتحدث من حيث كونه نشيطاً أو هادئاً أو إذا كان متسماً بروح الفكاهة وما إلى ذلك.

- **الاستماع الإيجابي:** وهذا النوع يتطلب تفاعلاً ذكياً بالمشاركة بين المتحدث وعناصر الحديث وذلك لمناقشته فيما قال بعد ذلك.
- **الاستماع الازدواجي:** وهو الاستماع إلى موقفين معاً، تتحدث مع شخص، وتستمع إلى حديث آخر يدور حولك كأن تكون منشغلاً في حديث مع زميلك، و في الوقت نفسه تسترق السمع إلى حديث يدور بين مجموعة أشخاص يجلسون إلى جوارك ويتحدثون في موضوع ترغب الخوض فيه.
- **الاستماع الهادف :** يقصد به استماع الفرد بغية الوصول إلى تحقيق أهداف محددة مما يتطلب تركيزًا قوياً للانتباه، كما يهدف هذا النوع من الاستماع إلى الحصول على المعلومات واكتساب المعارف وتذكر ما قيل واستبقائه في الذاكرة أطول مدة(الشنطي، ٢٠١٠،ص ٢٧ـ٢٨).

د- مهارات الكتابة : تعتبر الكتابة وسيلة من وسائل التعبير عن النفس و إبلاغ الآراء و الأفكار ، وتوصيل المعلومات و المفاهيم للآخرين، و عند الكتابة يجب مراعاة أن يتضمن الخطاب أو التقرير أو المذكرة الأفكار الأساسية و المعاني المحددة و أن تتسم الصياغة بالوضوح و الإيجاز والدقة والموضوعية وتجنب الأخطاء النحوية و الإملائية ، كما تتوقف مهارات الكتابة ، على الحصيلة اللغوية للفرد و أسلوبه في الكتابة(حياة، ٢٠٠٧، ص٣٩).

ذ- علاقة الاستماع بفنون اللغة(التحدث، القراءة، الكتابة):

اللغة تشتمل على مهارات متداخلة ومترابطة وتقع إما في جانب الاستقبال (الاستماع والقراءة) وإما في جانب الإرسال (الكلام والكتابة) ويحتوي كلا الجانبين على التفكير الذي يطلق عليه أحياناً الفن اللغوي الخامس حيث أن المهمة الأساسية للغة هي التواصل اللغوي والتفاهم بين أفراد المجتمع، وكلما كانت الرموز اللغوية التي تعبر عن المعاني التي يود كل من المرسل والمستقبل إرسالها للآخر مفهومة كان الاتصال جيداً.

فالاتصال يجعل المرسل والمستقبل على موجة واحدة في مواجهة رسالة معينة، واللغة عملية متصلة تكمل بعضها البعض الآخر وتتأثر وتؤثر من خلال مهاراتها الأربعة (الاستماع فالحديث، فالقراءة، فالكتابة)، فالقدرة على الاستماع الجيد والفهم يتبعها القدرة على التحدث ويتبعها القدرة على القراءة والكتابة(هاني، ٢٠٠٩، ص١٨٠).

والاستماع الجيد مكمل للقدرة على الحديث والحوار مع الآخرين، وأي نشاط يقوم به الفرد من كتابة، أو قراءة أو محادثة، أو استماع لابد أن تتكامل المهارات الأربعة مع بعضها البعض وتؤثر في بعضها للقيام بالتواصل الفعال (Zhang,2009,p33). وفي ضوء ذلك لا يمكن أن تُعزل مهارات الاستماع أو الكلام عن السياق الذي تستخدم فيه.(الزبيدي وآخرون، ٢٠١٣،ص ٤٣٦).

والاستماع الفعال هو أمر حاسم لفهم أدق الأفكار والمشاعر للآخرين، وهو ينطوي على موقف التعاطف وبذل جهد نشط نحو فهم المتكلم، ونقل ردود الفعل على ما يجري سماعه، فالاستماع الفعال لا يكتمل من دون ردود الفعل المناسبة التي تثري العلاقات بين الأفراد، من خلال التغذية الراجعة ولا بد من استخدام لغة واضحة ودقيقة وتجنب العبارات الغامضة، والتعبير عن المشاعر والأفكار بشكل واضح من أجل تحقيق التواصل الفعال(Sahin,2008,p1284).

٦ـ وظائف التواصل الاجتماعي اللفظي:

يؤدّي التواصل الاجتماعي اللّفظي وظائف متعدّدة وهي:

٦ـ١ـ الوظيفة السلوكية الشخصية:

وهي تعبر عن الانفعالات والعواطف، وفيها يكون التواصل مركزاً حول الذات.

٦ـ ٢ـ الوظيفة الاجتماعية:

هي التي تجعل الآخر يسلك كما نريد، حيث يركز التواصل على الناحية الاجتماعية وللتواصل وظائف ثقافية وتعليمية، كما يعد وظيفة للجماعات الاجتماعية ووظيفة لنضج شخصية الفرد.

٦ـ٣ـ الوظيفة الاستهلالية التوصيلية:

ويقصد بها الأنشطة الترحيبية التي يقوم بها المتحدث في بداية حديثه، فلها الأثر الكبير في تكوين علاقات اجتماعية بين المتحدث والمستمع (حمدي، ٢٠١٤، ص٤١ـ٤٢).

٦ـ٤ـ الوظيفة المعرفية:

وتعني ما يحمله المتحدث من معلومات ومعارف يريد توصيلها للمستمع.

٦-٥- الوظيفة اللغوية ولها مستويان:

الأول: يسمى لغة الأشياء التي يتحدث بواسطتها المتحدث عن عالم الأشياء.

الثاني: ويعرف باللغة التي يوظفها المتحدث في الحديث عما يتكلم عنه ويوجهه للمستمع.

٦-٦- الوظيفة الشاعرية:

وترتبط بشكل مباشر بالرسالة التواصلية أو الناحية التي تسهم في خلق مضمون الرسالة وإعطاء ناحية جمالية للحديث، كي يكون مؤثراً، ويشترك في صياغته كل من العقل والعين والأذن واللسان، فعلى ذلك تتوقف قدرة المتحدث على الإقناع (حيمرى، ٢٠٠٣، ص٤٤-٤٥).

٧- التواصل غير اللفظي:

ويقصد به ذلك النوع من التواصل الذي تستخدم فيه التصرفات والإشارات وتعبيرات الوجه والصور وكلها رموز لمعان معينة، وكثيراً ما تؤدي الإشارة دوراً في نقل الفكرة أو توصيل الإحساس وقد تدعم التعبير الشفهي، ولدى الإنسان قدرة على التواصل من خلال عينيه، فللعين قدرة على توصيل المعاني والأحاسيس، حيث أن نظرات العين تكشف عما بداخل الإنسان، فمثلاً العين المفتوحة تمثل الغيظ أو الخوف أو الإعجاب، والعين المغلقة تشير إلى التواضع أو البغضاء، والعين المتطلعة إلى السماء ترمز إلى الدعاء، والنظرة إلى الأرض تعبر عن التأثير والخشوع والحياء، والعين المستقرة في نظرتها تفصح عن الشدة والثبات والرجاء، والعين اللامعة تدل على الظفر.

وهناك من يرى أن العين التي تنظر إلى الأرض بدلاً من الجمهور تنبئ عن قلة الاهتمام بالجمهور أو قلة الثقة بالنفس، وهكذا فإن العين يمكن أن تلعب دوراً رئيسياً في عملية التواصل، ولذلك يقال إن العين تتصل(عبد الفتاح، ٢٠١٢، ص٣٨-٣٩).

ويستخدم التواصل غير اللفظي حركات ولغة الجسد مثل: التلويح باليد لوداع شخص ما، دعوة شخص أن يأتي، والدخول إلى مكان ما من خلال التلويح بيدك، هز الرأس في الاتفاق أو الاختلاف، رفع اليد للجواب أو للسؤال، الوقوف لإظهار الاحترام، واستنتاج المعلومات من المسافات المكانية بين الناس: مثل المشي جنباً إلى جنب، وقوف الناس بجانب بعضها البعض، مراقبة شخص من

مسافة ما، ويكون التواصل غير اللفظي من خلال اللمس مثل: المصافحة أو العناق، صفع شخص، اللكم أو الركل، بالإضافة إلى المظهر الخارجي (Denina et al,2011,p337).

وينظم التواصل غير اللفظي التفاعل بين الأشخاص، وأحد جوانب التواصل غير اللفظي هو المسافة بين الأشخاص، وكل شخص بحاجة إلى حيز شخصي حوله لا يسمح للآخرين بتجاوزه، وهذه المساحة الشخصية تتحكم بها عوامل عدة مثل: الثقافة، الجنس، العمر، العادات والتقاليد (yee et al,2007, p116).

٨- مهارات التواصل غير اللفظي:

يعتبر التواصل غير اللفظي من الوسائل المهمة لتوصيل الرسالة إلى الآخرين من خلال التعبير عنها بسلوك معيَّن غير منطوق، ويحدث هذا التواصل من خلال العديد من القنوات، مثل: تعابير الوجه، والإيماءات، والإشارات، وحركات العيون، وحركات الأيدي، والأرجل، والهيئة، والمسافة، والمظهر، والصوت، والدلالات الزمنية، والمكانية. وسنتحدث عنها بالتفصيل.

٨-١- التعبيرات الصادرة عن الوجه وحركات العيون:

يعتبر الوجه أسرع الوسائل التي تنقل المعاني من المرسل إلى المستقبل وبالعكس، وهي عبارة عن الإشارات والتغيرات التي تحدث للوجه، ويقوم الأفراد بالتواصل من خلالها للتعبير عن أحاسيس ومشاعر معينة، مثل: الابتسامة والضحك؛ للتعبير عن الفرح، والعبوس؛ للتعبير عن الحزن والغضب، وغيرها من التعبيرات التي تظهر مدى التأثر بموقف أو ظرف معين يتعرض له الفرد. وللوجه نوعان من التغيرات: إما فطرية، مثل: الابتسامة، والحزن، والغضب، وغيرها. وإما مكتسبة، مثل: الغمز بالعين، وإشارة القبلة، وغيرها.

أما التعبيرات باستخدام حركات العين فهي تشمل جميع سلوكيات العين، كإطالة النظر، وتحاشيه، وحركة الرموش، والدموع، وتغيرات بؤبؤ العين. وتعتبر العيون من أكثر أعضاء الجسم التي يستخدمها الأفراد لإرسال إشارات غير لفظية؛ للتعبير عن طبيعة الموقف، أو نوع العلاقة التي تربط بينهم. وهي من الأدقّ والأجدى بين وسائل الاتصال الكثيرة، التي يتمتع بها الإنسان لإظهار ما يعتمل في قرارة نفسه.

وتستخدم مهارة التركيز بواسطة العيون في الاتصال غير اللفظي عند الرغبة في الحصول على تغذية راجعة، أو معرفة ردود فعل الآخرين حول موقف أو موضوع معين.

٨-٢- التعبيرات الناتجة عن المسافة:

ويقصد بها المسافة الفاصلة بين الأفراد في الاتصال المباشر، وبين الأفراد والأشياء التي تحيط بهم، وللمسافة أربعة أقسام هي: (المسافة الحميمة، المسافة الشخصية، المسافة الاجتماعية، المسافة العامة). ولكن يجب الأخذ بعين الاعتبار اختلاف المسافة باختلاف الثقافات، وكذلك باختلاف الوضع أو المركز الاجتماعي. وتضيق المسافة التفاعلية بين الناس مع ازدياد الفارق في العمر، أما الجنس أي التفاعل بين الرجال والنساء فإن المسافة تتسع في المجتمع العربي والإسلامي، فيكون مبدأ الفصل أكثر من التفاعل فقط، حيث لكل من الجنسين مجاله الخاص.

٨-٣- التعبيرات الناتجة عن المظهر:

تعلق بعض الثقافات أهمية كبيرة على مظهر الإنسان وعلى جاذبية هذا المظهر، ويحدث التفاعل بين الأفراد من خلال: المظهر الجسمي، والبشرة، والشعر، والهيئة، ونوع الملابس، وألوانها، والإكسسوارات، والروائح، وغيرها من الأمور التي بواسطتها يتم إرسال إشارات تواصلية غير لفظية؛ حيث يشعر الأفراد بالرضا عن مظهرهم، ورضا الآخرين عنهم.

٨-٤- التعبيرات الناتجة عن اللمس:

يعتبر اللمس أداة اتصالية مؤثرة، تعبِّر عن العديد من المشاعر، مثل: الخوف، والقلق، والحب، وغيرها، واللمس محكوم بقواعد اجتماعية صارمة، تسنها عدة اعتبارات، مثل: النوع الاجتماعي، والعمر، والقرابة، والخلفية الثقافية للشخص، وما هو مسموح به في ثقافة ما محظور في ثقافة أخرى.

٨-٥- التعبيرات باستخدام الإيماءات:

ويقصد بها حركات الجسم، وجميع حركات اليدين والكف والكتف. وقد تكون الإيماءات مؤكِّدة للاتصال اللفظي، أو موضحة له، أو مساعدة للطرف الآخر في فهم مضمون الرسالة، أو تكون مشجعة لحفز الآخرين. وأظهرت الأبحاث العلمية أن لليدين اتصالاً عصبياً بالدماغ يفوق أي جزء آخر في الجسم؛ لذا فإن الإشارات والوضعيات التي يقوم بها الأفراد أثناء الاتصال من خلال اليدين تزودنا بتفاصيل جوهرية ودقيقة عن الحالة النفسية والانفعالية؛ لذلك فإن الفرد يستخدم هذه الإشارات والحركات إما لتأكيد صحة ما يقال، أو لإثارة الشك، أو لإخفاء شعور باطني لا يرغب أن يبوح به جهراً.

٨-٦- نظائر اللغة (الصوت):

إن التغيرات في الصوت تنبئ عن حالة الإنسان الداخلية، من حيث الشعور، والتفكير، وسمات شخصيته؛ لذلك فإن الصوت له تأثير كبير على اللغة اللفظية في عملية الاتصال، يكون ذلك من خلال: نبرة أو نغمة الصوت، والتغيير في مقامات الصوت بالارتفاع والانخفاض، وكذلك الوقفات التي تتخلل بعض العبارات، ودرجة الخشونة والليونة، ورتابة الصوت على نمط واحد. إن نبرة الصوت هي التي تنقل الإقناع في ما وراء تركيب الخطاب الدفاعي. وإن الانفعال الذي تنقله نبرة الصوت أشد وقعاً من الانفعال الذي تنقله الكلمات نفسها.

(يلعب الصوت وطريقة الأداء، دوراً مهماً في إضفاء الحيوية على نشرة الأخبار، فإذا كان التعبير الصوتي جيداً فإنه يجعل النشرة ذات بريق خاص ويضفي عليها جاذبية خاصة، أما إذا كان غير هذا فقد يكون سبباً في فشل النشرة بصرف النظر عن قيمة ما تقدمه من أنباء، وقد يظن البعض أن" التعبير الصوتي" يعني جمال الصوت وحلاوته، وهذا غير صحيح، ذلك أن المذيع بصفة عامة لا يطلب منه أن يكون صوته جميلاً فهو ليس مطرباً، لكن المطلوب أن يكون الصوت معبراً.

والمادة الإخبارية لا يمكن نقلها إلى المستمع إلا من خلال الإلقاء الجيد واستخدام التعبيرات الصوتية ذات المعنى الملائم على طريقة الأداء.

والتعبير الصوتي الجيد يؤدي إلى تيسير الفهم والاستيعاب الصحيحين للجمهور، ويتحقق ذلك إذا راعى مقدم النشرة معدل سرعة الإلقاء وتوضيح مخارج الحروف والفصل بين الجمل.

وينبغي أن نؤكد على ضرورة أن تكون تعبيرات الصوت مطابقة لما يتضمنه الخبر من معان، لأن عدم المطابقة قد يثير الاشمئزاز والنفور من جانب المستمع)(الشريف وندا، ٢٠٠٤، ص٩٤ - ٩٥).

٨-٧- التعبيرات الناتجة عن استخدام الزمان والمكان:

يستخدم الأفراد الزمان والمكان غالباً للتعبير عن السلطة، فاحترام الوقت من خلال الحضور والانصراف، وكذلك اختيار الوقت المناسب للكلام والصمت، له تأثير كبير على الآخرين، سواءً بالإيجاب أو السلب. ويذكر (برنت روبن) في كتابه الاتصال والسلوك الإنساني: ((إن اختيار التوقيت المناسب لتقديم الاقتراحات أو عقد الاجتماعات يلعب دوراً كبيراً في تقبل الآخرين لأفكارك وتفاعلهم معك في مثل تلك الاجتماعات)) ويستخدم الأفراد المكان للتعبير عن أهميته من خلال الجلوس في المكان الأفضل، كما أن المسافة التي تفصل بين الأفراد تعبر عن العلاقة بينهم، وتختلف باختلاف الخلفية الثقافية للأفراد.(العريني، ٢٠١١،ص ١٦-١٩).

٩- مزايا التواصل غير اللفظي:

للتواصل غير اللفظي مزايا عديدة أهمها:

٩-١- أنه أكثر صدقاً، وأعظم تأثيراً من التواصل اللفظي.

٩-٢- أنه تأييد ودعم للتواصل اللفظي خاصة المواجهي منه، فهو يقدم تفسيراً للرسالة، ويوضح ما يخفق النص اللغوي إيضاحه.

٩-٣- أنه الوسيلة الأولى التي يستخدمها الإنسان، فالطفل لا يستطيع التعبير عن انفعالاته خلال السنتين الأولى والثّانية من عمره عن طريق اللغة، ولكنه يستخدم الإشارات وحركات الجسم وتعبيرات الوجه كوسيلة صادقة للتعبير عن انفعالاته وتحقيق احتياجاته.

٩-٤- أنه يتخطى حاجز اللغة، فلا يشترط أن تكون هناك لغة منطوقة مشتركة بين المرسل والمستقبل(اسماعيل، ٢٠٠٣، ص٦٨- ٦٩).

١٠- غايات التواصل غير اللفظي:

يؤدّي التواصل غير اللفظي غايات معينة يتم من خلالها الوصول إلى التواصل الفعال بين الأفراد وهذه الغايات هي:

١٠-١- نقل المعلومة: حيث توفر التلميحات غير اللفظية المعبر عنها أثناء المحادثة معلومات عن الأفراد أنفسهم المشاركين في المحادثة، من حيث طبيعة مشاعرهم ودوافعهم وخصائصهم الأخرى، لذلك فإن مثل هذه المعلومة يتم توظيفها اجتماعياً بهدف التهيئة للتفاعل الاجتماعي.

١٠-٢- دمج الأفعال بالمشاعر: إن الأفراد يراقبون سلوكيات الآخرين لكي يقرروا كيف يمكنهم أن يتعاملوا أو يتواصلوا معهم من أجل الوصول إلى نتيجة مرضية ومرغوبة للطرفين لذلك فإن النتيجة المرغوبة تتوقف على مدى تحكم الفرد في سلوكه التواصلي من حيث تمتّعه بآليات قادرة على توحيد ودمج أفعاله بمشاعره، وهذه الآليات يمكن أن تخدم اللغة المنطوقة وكذلك اللغة غير المنطوقة، ومن تلك الآليات التي يمكن أن تؤدي دوراً فاعلاً في عملية التواصل غير اللفظي سرعة ودرجة التفاعل التي تتوقف أيضاً على معدل الكلام، وقصر الفترة الفاصلة بين المتفاعلين، ومعدل حركة العينين، وعضلات الوجه والبدن، كما أن سمة المودة والمحبة تنعكس من خلال التواصل ذي

المسافة البدنية القريبة، وكذلك من خلال الاتصال العيني الثابت، وقد يكون لهذه السمة من حيث التأثير على الطرف الآخر نفس القوة التأثيرية التي يمكن أن تحملها الكلمات ومعانيها، أما النغمة الانفعالية للمتواصلين فإنه يمكن ظهورها عبر فعاليات حركة البدن والوجه معاً، وبالتالي فإنه يمكن لعملية التواصل بالأساليب غير اللفظية أن تسير بطريقة سلسلة إذا تمكن المتواصلان من تنسيق سلوكهم التواصلي عبر توظيف الرموز والتلميحات غير اللفظية كموجه لهم، وبحيث يمكنهم دمج أفعالهم ومشاعرهم معاً للوصول إلى الرضا الاجتماعي المطلوب أو المرغوب من قبل كل منهما.

١٠-٣- الهوية التواصلية والاجتماعية: إن تعريف الفرد بنفسه يتشكل أو يُعزز من خلال ردة فعل الآخرين له، فلو أن الفرد لم يتمكن من استثارة ردود فعل متوقعة تجاه وجوده الذاتي، فإنه بالتالي لن يستطيع أن يحافظ على استقرار وثبات صورته الذاتية، ولذلك إن الغاية الاجتماعية من التفاعل الاجتماعي هي حماية الإحساس الدقيق لتقدير الذات لدى الإنسان، وطالما أن الإحساس بالذات قد وجد عبر التفاعل مع الآخرين، فإن صحة ذاته يمكن أن تكون فقط عبر الفعل الهادف ضمن الإطار الاجتماعي، ومن هذا المنطلق يمكن للإنسان أن ينمي هويته التواصلية والاجتماعية معاً من خلال الأساليب غير اللفظية المعبرة عن السلوك الهادف والصادق، وبناء هويته الاجتماعية عبر تواصله الصادق والفعال.

١٠-٤- حماية الذات عبر ضبط الذات: إن تمتع الإنسان بمقدرة التحكم في مظاهر أدائه غير القابلة للضبط يعتبر في حد ذاته سلوكاً مفيداً له، وليس هذا فحسب بل إن فيه حماية لذاته كذلك، وبعبارة أخرى، إن الفرد يتمتع بآليات خاصة للتحكم في سلوكه وتوجيهه حسب ما تفرضه طبيعة المواقف التي يواجهها في حياته اليومية حتى يصل إلى مستوى معين من التفاعل الاجتماعي المقبول، هذه الآلية من المقدرة يجب أيضاً أن تتوفر لدى المتحدث والمتلقي أثناء تواصلهما عبر إرسال الرسائل اللفظية وغير اللفظية الملائمة، وطالما أن أحد الطرفين في موقف تواصلي، فإنه يجب أن يعرف التزاماته تجاه الطرف الآخر من حيث الإصغاء أو الاتصال العيني أو إظهار تعبيرات الوجه الملائمة حتى تتم الاستجابة المقبولة ومن ثم يتم التفاعل الاجتماعي، وهذه المعرفة التامة بالواجبات أو بالأدوار المناطة بالمتلقي أو المرسل أثناء عملية التواصل تعتبر حماية وصيانة لذات الفرد أياً كان سواء أكان المرسل أو المتلقي، كما أنها تعتبر دعماً لهويته الشخصية، وهذه الأدوار التي يقوم بها المتواصلان متى ما ارتبطت بسلوكيات غير لفظية، فإنها أيضاً تلعب دوراً أساسياً في إبراز الهوية الذاتية من خلال التفاعل غير اللفظي الذي ينعكس بدوره على الهوية الاجتماعية للفرد

المتواصل، حيث أنّ إرسال أو استقبال الرموز والإشارات أو التعبيرات الحركية قد تصبح جميعها سلوكيات آلية أو ذاتية الحركة مما يجعل بروز الذات للآخرين أكثر وضوحاً وتأثيراً عبر وسائط التواصل المختلفة وبالذات من خلال الأساليب غير اللفظية(الوابلي، ٢٠٠٥، ص٤٢ـ ٤٤).

وتتكون الأنساق غير اللفظية التي لها وظيفة تواصلية مما يلي:

- حركات الأجسام، وأوضاع الجسد مثل :التواصل بالإشارات وتعابير الوجه، وتعابير أخرى، وأوضاع الجسد.
- الإشارات الدالة على القرب: يتعلق باستعمال الإنسان للمجال المكاني.
- التواصل اللمسي والشمي والذوقي والبصري والسمعي: إلى درجة نستطيع فيها إبعاد أنساق دلالية غير لفظية أخرى، قائمة أيضا على السمع والبصر.
- التواصل الشيئي: هي الأنساق القائمة على أشياء يروضها الإنسان، وينتجها، ويستعملها :ثياب، وحلي، وزخارف، وأدوات مختلفة، وآلات بناء من كل نوع، وموسيقا، وفنون رمزية.
- التواصل المؤسساتي: المقصود به كل أنواع التنظيمات الاجتماعية، وبالتحديد كل الأنساق المتصلة بروابط القرابة والطقوس والأعراف والعادات والنظم القضائية والديانات والسوق الاقتصادي.

ويمكن تقسيم هذه الأنساق إلى قسمين:

القسم الأول :عبارة عن أنساق دلالية عضوية تحيل على جسم الإنسان .أي :العضوية الإنسانية (حركات الأجسام والموضعية والحواس الخمس).أما القسم الثاني، فيحتوي على أنساق دلالية أداتية . أي :إن الإنسان يقوم بسلوك بواسطة شيء، وهذه الأشياء خارجة عن العضوية الإنسانية.

وفي المقابل،" يقسم الإيطالي أمبيرتو إيكو (Umberto Eco) الأنساق الدلالية إلى ثمانية عشر نسقاً وينطلق في هذا التصنيف من الأنساق التواصلية التي تبدو في الظاهر أكثر طبيعية وعفوية أي أقل من خاصيتها الثقافية، وصولاً إلى العمليات الثقافية الأكثر تعقيداً وهذه الأنساق هي: التواصل داخل الجماعات غير الإنسانية ومن ثم، الجماعات غير الثقافية، والعلاقات الشمية :كالعطور مثلاً، والتواصل اللمسي :كالقبلة والصفعة، والذوق :ويتعلق الأمر بممارسة الطبخ، والعلامات المصاحبة لما هو لساني: كأنماط الأصوات في ارتباطها مع الجنس والسن والحالة الصحية ...ومثل العلامات

المصاحبة للغة كالكيفيات الصوتية (علو الصوت، ومراقبة العملية النطقية)...، وكالصوتيات (الأمزجة الصوتية :الضحك، والبكاء، والتنهدات)، والعلاقات الطبية: وهي تبين لنا علاقة الأعراض بالمرض، وحركات الأجسام والإشارات الدالة على القرب: ويتعلق الأمر باللغات الإشارية الحركية، بالإضافة إلى الأنواع الموسيقية، واللغات الرمزية أو المشكلة مثل الجبر، والكيمياء، واللغات المكتوبة والأبجديات المجهولة، واللغات الطبيعية مثل: اللغة العربية، والفرنسية، والإنجليزية، والإسبانية، والتواصل المرئي مثل :الأنساق الخطية، واللباس، ونسق الأشياء: مثل المعمار وعامة الأشياء، وبنيات الحكي والسرد، والأنواع الثقافية مثل :آداب السلوك، والأساطير، والمعتقدات الدينية القديمة، والرسائل الجمالية :مثل علم النفس، والإبداع الفني، والعلاقات بين الأشكال الفنية والأشكال الطبيعية، والتواصل الجماهيري :مثل :علم النفس، وعلم الاجتماع، والبيداغوجيا، ومفعول الرواية البوليسية، والأغنية،والخط"(حمداوي، ٢٠١٥، ص٣١-٣٢).

١١- أوجه التشابه والاختلاف بين التواصل اللفظي وغير اللفظي:

يشترك التواصل اللفظي مع التواصل غير اللفظي في مجموعة نقاط، ويختلف معه في نقاط أخرى:

١-١١- أوجه التشابه بينهما:

التواصل اللفظي	التواصل غير اللفظي
يستخدم رموزاً على شكل كلمات منطوقة أو مكتوبة.	يستخدم رموزاً على شكل إشارات وحركات.
يستخدم رموزاً لها معان.	يستخدم رموزاً لها معان.

٢-١١- أوجه الاختلاف بينهما:

التواصل اللفظي	التواصل غير اللفظي
تتحكم قواعد اللغة فيه.	تتحكم ضرورات أو عوامل بيولوجية فيه.
مقصور على ثقافة واحدة ويحمل معاني محددة للجماعة الداخلية.	لغته عالمية، فالابتسامة مثلاً تعني نفس الشيء لكل الناس في العالم، ولكن هناك بعض الرموز يختلف معناها من ثقافة لأخرى.

يتعلمه الفرد في مرحلة متأخرة من الحياة عن طريق التنشئة الاجتماعية، فالطفل يتعلم الكلام والكتابة بعد أن يكون قد تعلم لغة الإشارات أولاً، أي أنه يأتي بعد التواصل غير اللفظي.	يتعلمه الفرد في مرحلة مبكرة من الحياة بعد الولادة مباشرة عن طريق التنشئة الاجتماعية، فالطفل يتعلم الإشارات مثل الابتسامة والعبوس قبل أن يتكلم أو يكتب، أي أنه يسبق التواصل اللفظي في عملية التنشئة الاجتماعية.
يعتقد عدد كبير من العلماء أنه يمكن أن يناشد العواطف.	يعتقد عدد كبير من العلماء أنه مفعم بالعواطف، وأنه يمكن أن يناشد العواطف بقوة فهو أصدق تعبيراً عن المشاعر والأفكار من التواصل اللفظي.

وهكذا نجد بأن التواصل اللفظي يشترك مع التّواصل غير اللفظي في استخدام رموز معيّنة لإيصال المعنى المطلوب، ويختلف عنه في أن التواصل اللفظي تتحكم فيه قواعد اللغة ويقتصر على ثقافة واحدة ويتعلمه الفرد في مرحلة متأخرة من حياته، أمّا التواصل غير اللفظي تتحكم فيه عوامل بيولوجية ورموزه غالباً متعارف عليها عالمياً، ويتعلمه الفرد في مرحلة مبكرة من حياته (دندي، ٢٠١٣، ص٥٦).

فالتّواصل هو أحد العناصر الأساسيّة للعمل الإنساني، ويتّجه التّواصل نحو تحسين العمل وتوزيع المسؤوليّات ودعم التّفاعل بين العاملين في المؤسّسة أو الهيئة، وهذا ما يظهر أهميّة التّواصل في الأداء الوظيفي، لأن تحقيق الكفاءة وزيادة الإنتاجيّة يتطلّب العمل على تطوير القدرات ومهارات التّواصل والعمل على تحسينها للوصول إلى أفضل النتائج في العمل والأداء.

ثالثاً: الأداء الوظيفي:

الأداء الوظيفي سلوك وظيفي هادف يقوم به الإداري لإنجاز الأعمال المكلّف بها، وهو كنتيجة يعبّر عن مستوى قيامه بالعمل، وهو يتوقف على مدى ملاءمة بيئة العمل الداخلية وما تتضمنه من عناصر إدارية التي تشمل نمط القيادة والتشريعات(النظم، اللوائح، القوانين)، والسياسات والأهداف المرسومة، والرقابة والاتصال والعلاقات الرسمية وغير الرسمية وطبيعة العمل والتخصص ونظم الحوافز والمكافآت، والعناصر الماديّة (الإضاءة، التهوية)، التي تعمل على تنمية قيم الالتزام بالعمل

والقوانين واللوائح لدى الإداري، وكذا بذله للجهد وتقيده بأوقات العمل وإنجاز مهامه في الأوقات المحدّدة وارتفاع دافعيته للعمل وشعورة بالارتياح وتحمّله للمسؤوليات(رحمون، ٢٠١٤، ص١٦).

١ـ بعض تعريفات الأداء الوظيفي:

يعرف الأداء الوظيفي: "بدرجة إنجاز الموظف للمهمة الوظيفية الموكلة إليه في مكان العمل، ويرتبط الأداء بتحقيق الأهداف الوظيفية"(Awadh& Saad,2013, p170).

"الأثر الصافي لجهود الفرد التي تبدأ بالقدرات وإدراك الدور أو المهام، والذي يشير إلى درجة تحقيق وإتمام المهام الموكلة والمكونة لوظيفة الفرد"(خلفيات والمطارنة، ٢٠١٠، ص٦٠٣).

"النتائج المحددة للسلوك وبالتالي فإن الأداء الإيجابي هو النتائج المرغوبة المحددة للسلوك وبالمقابل فإن الأداء السلبي هو النتائج غير المرغوبة المحددة للسلوك"(النميان، ٢٠٠٣، ص٣٧).

ويُعرَّف الأداء الوظيفي في هذه الدّراسة بأنّه: مجموعة السّلوكيَّات الصادرة عن الإعلامي، والّتي تعبّر عن قيامه بالعمل من حيث مستوى وكفاءة الأداء.

٢ـ محددات الأداء الوظيفي:

الأداء الوظيفي في موقف معين يمكن أن ينظر إليه على أنه نتاج للعلاقة المتداخلة بين كل من:

الجهد، القدرات، إدراك الدور (المهام)، ويشير الجهد الناتج من حصول الفرد على التدعيم (الحوافز) إلى الطاقة الجسمانية والعقلية، والتي يبذلها الفرد لأداء مهمته، أما القدرات فهي الخصائص الشخصية المستخدمة لأداء الوظيفة، ولا تتغير وتتقلب هذه القدرات عبر فترة زمنية قصيرة، ويشير إدراك الدور أو المهمة إلى الاتجاه الذي يعتقد الفرد أنه من الضروري توجيه جهوده في العمل من خلاله، وتقوم الأنشطة والسلوك الذي يعتقد الفرد بأهميتها في أداء مهامه، بتعريف إدراك الدور(عكاشة، ٢٠٠٨، ص٣٥).

وينطوي الأداء الوظيفي على ما يلي:

الناتج الذي يحققه للموظف، هو محصلة التفاعل بين كل من الجهد، القدرات وإدراك الدور، هو عملية تتضمن تحويل المدخلات إلى مخرجات، هو محصلة التفاعل بين كل من الدافعية، بيئة العمل والقدرة على الإنجاز، جهد منسق من أجل إنجاز العمل بدقة، في أقصر وقت وأقل تكلفة، سلوك

يحقق نتيجة، فالأداء الوظيفي هو قيام الفرد بالمهام الموكلة إليه، من خلال أداء معين وبذل جهد ذو نوعية معينة، وهو ما يسمح بتحويل هذه المدخلات إلى مخرجات بمواصفات محددة، وبأقل تكلفة ممكنة في ظل بيئة عمل تساعد على القيام بهذا الجهد بدقة بأقل تكلفة ممكنة وفي أقصر وقت(صليحة، ٢٠١٠، ص٦٢).

٣- عناصر الأداء الوظيفي:

يتكون الأداء الوظيفي من مجموعة من العناصر أهمها:

٣-١- المعرفة بمتطلبات الوظيفة: وتشمل المعارف العامة، والمهارات الفنية، والمهنية، والخلفية العامة عن الوظيفة والمجالات المرتبطة بها.

٣-٢- نوعية العمل: وتتمثل في مدى ما يدركه الفرد عن عمله الذي يقوم به، وما يمتلكه من رغبة ومهارات وبراعة وقدرة على التنظيم وتنفيذ العمل دون الوقوع في الأخطاء.

٣-٣- كمية العمل المنجز: أي مقدار العمل الذي يستطيع الموظف إنجازه في الظروف العادية للعمل، ومقدار سرعة هذا الإنجاز.

٣-٤- المثابرة: وتشمل الجدية والتفاني في العمل وقدرة الموظف على تحمل مسؤولية العمل وإنجاز الأعمال في أوقاتها المحددة، ومدى حاجة هذا الموظف للإرشاد والتوجيه من قبل المشرفين(أبو شرخ، ٢٠١٠،ص ٢٠).

٤- أهمية الأداء الوظيفي:

يمكن تلخيص أهمية الأداء في النقاط الآتية:

يعتبر أداة توجيه بالنسبة للمنظمة من أجل تحقيق أهدافها، يعتبر أداة لمعرفة حالة المنظمة، يستعمل كأداة لمعرفة الاختلال الواقع عند تحقيق الأهداف، تحديد سبل لتطوير العاملين ودفعهم نحو تطوير أنفسهم.

أما عن أهم خصائص الأداء فيمكن تلخيصها في النقاط الآتية:

يعتبر القاسم المشترك لجميع الجهود التي تبذلها الإدارة والعاملين، يساعد على ترجمة النتائج أو تكميمها، يعتبر أداة لقياس نتائج المنظمة وحساب الخسائر أو الفوائض(بلاسكة، ٢٠١٢، ص٣-٤).

٥- أساليب تحسين الأداء الوظيفي:

هناك أساليب عديدة لتحسين الأداء هي:

تتعدد أساليب ومداخل تحسين الأداء، فقد يتم تحسين الأداء من خلال التركيز على تطوير مهارات وسلوك العاملين وذلك بتطوير معايير وتقنيات الاختيار والتدريب وتقييم الأداء للعنصر البشري، وقد يتم التحسين في الأداء من خلال الاهتمام بتطوير وتحسين ظروف العمل المادية، أو يكون التحسين بإعادة التنظيم أو إعادة هيكلة التنظيم، كما يجري تحسين الأداء عادة بتطوير التقنيات، للوصول بأداء المؤسسة إلى أحسن المستويات(الطاهر، ٢٠٠٦، ص٣٥٢).

٥-١- تحسين أداء الموظف: يعتبر الموظف من أكثر العوامل صعوبة في التغيير من بين عناصر الأداء، ويمكن تحسين أداء الموظف من خلال عدة أمور، وهي:

أ. التركيز على نواحي القوة: أي اتخاذ اتجاه ايجابي عن الفرد، بما في ذلك المشاكل التي يعاني منها الفرد في الأداء، فيوجد في الفرد نواحي قوة ونواحي ضعف، وتتغلب نواحي القوّة على نواحي الضعف، في العمل على الاستفادة من هذه المواهب المتوفرة لديه وتبني هذه المواهب وعدم قتلها.

ب. التركيز على المرغوب: توفير الانسجام بين الأفراد العاملين، وبين الأعمال الموكلة إليهم من خلال السماح لهؤلاء الأفراد بأن يقوموا بالأعمال التي يحبون أداءها بالقدر الممكن، وهذا لا يعني بأن الفرد يترك، أو يهمل عمله لمجرد أنه لا يحب أو يرغب في أدائه، وإنما توفير الانسجام بالقدر المستطاع.

ت. ربط الأهداف بالشخصية: يجب أن ترتبط مجهودات الأداء مع أهداف الموظف، واهتماماته الشخصية، وإن هذه العلاقة ما بين الأهداف الشخصية وخطط التحسين سوف تزيد من واقعية ودافعية الموظف من أجل تحقيق التحسين المرغوب.

٥-٢- تحسين الوظيفة: إن محتويات الوظيفة أمر مهم في تدني وارتفاع مستوى الأداء، فإذا فاق مستوى الأداء مهارات الموظف، أو احتوت الوظيفة على مهام غير مناسبة للموظف، فسوف يسهم ذلك في تدني مستوى الأداء، وهناك أساليب تساهم في تحسين الوظيفة كالآتي:

أ. المهام الضرورية: أي دراسة كل مهمة من مهام الوظيفة، ومدى مناسبتها وضرورتها، والعمل على تقليصها إلى عناصرها الأساسية فقط.

ب. المهام الملائمة: العمل على تحديد الجهة الملائمة، والمناسبة لأداء هذه الوظيفة، ونرى أن هناك بعض الموظفين يعملون على أداء مهام في الوقت الذي لا يتوافر لديهم مهارات وصلاحيات. لذا يجب تحديد المهام وتوزيع المسؤوليات على حسب مهارات ومستويات الموظفين حتى يتمكن كل موظف من تأدية مهمته على أكمل وجه.

ج. تصميم الوظيفة: يتم تصميم الوظيفة من خلال مفهومين أساسيين، وهما توسيع نطاق الوظيفة وإثرائها، ويتم توسيع النطاق من خلال تجميع كثير من المهام التي تتطلب نفس المستوى من المهارة والهدف من ذلك هو زيادة الارتباط ما بين الموظف وبين ما هو مطلوب منه القيام به، أما إثراء الوظيفة فهو العمل على زيادة مستويات الحرية المعطاة للموظف.

د. تبادل الوظائف: أي العمل على جعل الموظفين يقومون بتبادل وظائفهم لفترة من الوقت، وذلك لإزالة الملل وزيادة الدافعية لديهم، وتجديد وزيادة حماس الموظف باستمرار.

ذ. التكليف بمهام خاصة: يجب إعطاء الفرص للموظف من فترة إلى أخرى للمشاركة في لجان، وفي فرق الدراسة والمشاركة في حل المشاكل مما يجدد لديه الهمم، ويحفزه على العمل بنشاط ودافعية.

٥-٣- تحسين الموقف: إن الموقف أو البيئة تتيح فرصاً للتغير الذي قد يؤدي إلى تحسين مستوى الأداء المطلوب.

٥-٤- التخطيط لمكان العمل: من حيث إعادة النظر في كيفية الطريقة التي يتم فيه التخطيط لمكان العمل، وذلك لتحسين انسياب العمل، والقضاء على الوقت الضائع.

٥-٥- الجداول: يمكن تغيير جداول العمل على حسب مصلحة العمل الذي يجب عليهم إنجازه في الوقت المحدد والمناسب.

٥-٦- المشرف: أي إعادة النظر في عملية الإشراف، وهل توجد مغالاة في ذلك، وهل تحققت درجة مناسبة من التناسق بين أسلوب الإشراف ومستوى الرشد الذي يتمتع به الموظف، وإلى أي مدى يتم تفويض السلطة للمرؤوسين(البلوي، ٢٠٠٨، ص٣٨-٣٩).

وليتم زيادة الكفاية الإنتاجية لابد من توجيه العامل وتكوينه تكويناً مهنيّاً ونفسيّاً، بحيث يؤدّي ذلك إلى قيام العامل بدوره بشكل فعّال، ومع انسجام عوامل الإنتاج الأخرى والعوامل الفنيّة والاقتصادية والإدارية والتنظيمية، ومن ثمّ تتحقق زيادة الإنتاج وتعود بالفائدة على العمال وأصحاب الأعمال وعلى المجتمع(الهذال، ٢٠١٦، ص١٥).

٦- دور الرؤساء في تحسين الأداء:

يلعب الرئيس أو المدير الدور المحوري في توجيه العاملين والإشراف الذي يكون غاياته الوصول لإدارة فاعلة للأداء، وهناك مجموعة من النقاط الرئيسية لدور المدير في تحسين أداء المرؤوسين على النحو التالي:

٦-١- أن يشجع الأفراد العاملين على المحاولة للتفكير الابتكاري والتطويري.

٦-٢- عند ارتكاب أي خطأ من المرؤوسين يكون دور الرئيس المباشر في المساعدة على التعلم والتفاهم.

٦-٣- أن ينوه الأفراد لجوانب الضعف والقصور بطريقة تصحيحية بناءة.

٦-٤- بألا يسود شعور الخوف لدى العاملين، من التعبير عن مشاعرهم مع رؤسائهم.

٦-٥- أن يعمل على تنمية وزيادة مهارات العاملين عن طريق تفويض السلطة من الرئيس للمرؤوسين.

٦-٦- تنبيه الرؤساء في المنظمة مرؤوسيهم إلى فرص الترقية في المسار الوظيفي.

وهناك عدد من المعايير والنقاط الرئيسية لإدارة الأداء بشكل كفء تحقق بالنهاية أهداف وغايات المنظمة وهي:

تحديد معايير الأداء المستهدف بوضوح، الاهتمام بتوصيل معايير الأداء المستهدف بوضوح وشفافية، التأكيد على مشاركة العاملين في مناقشة مستويات الأداء المستهدف المتفق عليه، أن يكون هناك أساليب تقف على الأداء الضعيف وطرق معالجته، وضوح طرق وآليات نظام إدارة الأداء(العكش، ٢٠٠٧، ص٤٨).

بالإضافة إلى تحقيق توافق العامل في عمله وذلك من خلال انتقاء العاملين للأعمال التي تتناسب وقدراتهم الشخصية والعمل على حسن تكيفهم مع محيط العمل وإكسابهم المهارات وإحساسهم بالاستقرار والأمن وتحفيزهم على التقدم في العمل وحفظ كرامتهم الإنسانية، كل ذلك في إطار مبدأ وضع الشخص المناسب في المكان المناسب.(القاسم، ٢٠٠١، ص٣٨).

٧- الشروط الهامة للأداء الوظيفي:

من أهم الشروط اللازمة للأداء الوظيفي:

درجة الوضوح والشفافية في أداء المهمة، الجدارة في أداء المهمة، نتيجة المهمة/ حصيلة المهمة، التعاون في أداء الواجب أو المهمة، الالتزام بأداء المهمة أو الواجب، ظروف أداء المهمة أو الواجب، القدرة على ضبط المهمة(الشلوي، ٢٠١٥، ص٦١).

ويرتبط الأداء الفعّال بكثافة الاتصالات في المؤسسة، كما أنّه يرتبط بالاتصالات الأفقية في جماعة العمل ومهارات الاتصال للمشرفين، وتؤدّي الاتصالات الفعّالة إلى تحسين معدلات الإنتاج وارتفاع مستويات الرضا للعاملين.(ريجبو، ١٩٩٩، ص٣٥١).

٨- أهداف تقويم الأداء الوظيفي:

٨-١- يستفاد منها في أثناء اتخاذ أي قرار على مستوى العملية الإنتاجية، ومعرفة هل أداء العاملين في المستوى المطلوب أو دونه؟

٨-٢- مدى تحقيق أهداف المنشأة أو المنظمة، وذلك من خلال تمثل العاملين لتلك الأهداف، من خلال مستويات أدائهم.

٨-٣- يساعد على وضع الاقتراحات الخاصة بالعاملين المقصرين كإخضاعهم لدورات تدريبية.

٨-٤- مكافأة المجدين من العاملين عن طريق صرف المكافآت لهم وترقيتهم وزيادة رواتبهم وحوافزهم.

٨-٥- يوضح إمكانيات العاملين جميعاً وقدراتهم ومؤهلاتهم، ووضع كل عامل في المكان الذي يتناسب وقدراته.

٨-٦- زيادة أواصر التعاون والمحبة بين العاملين والمشرفين، وفتح قنوات الاتصال الأفقية والعمودية في المنشأة أو المنظمة ومن ثم كسر، الحواجز التقليدية الموجودة في المستويات الإدارية المختلفة.

٨-٧- إعطاء صورة دقيقة عن مواقع العاملين المختلفة ضمن المنشأة؛ مما يشكل نقطة تحول لإجراء دراسات تطبيقية واقعية حول أوضاع ومشاكل العاملين ومستويات أدائهم في المستقبل.

٨-٨- القضاء على الواسطة والمعرفة الشخصية والطرائق الملتوية، وذلك بتوحيد المعايير والقوانين التي تتم على أساسها الترقية أو زيادة الراتب وتوحيد الضوابط المختلفة التي تقوم بعملية الثواب والعقاب في المؤسسة أو الدائرة.

٨-٩- خلق جو من المنافسة الشريفة بين العاملين جميعاً، لأنه كلما كان أداء العامل مرتفعاً ازدادت فرصته في التقدم والرقي في درجات السلم الإداري أو انتعاش أحواله المادية والمعنوية.

٨-١٠- معرفة مقدار إنتاج كل قسم من أقسام المنشأة وكميته، وأوضاع الأقسام المختلفة بشكل دقيق ومفصل لكل صغيرة وكبيرة.

٨-١١- المتابعة المستمرة للمحافظة على مستوى متقدم للكفاية الإنتاجية.

٨-١٢- إعطاء معلومات دقيقة للقيادة الإدارية العليا في المنشأة أو المؤسسة عن الأوضاع ومستويات الأداء جميعها، فضلاً عن المشاكل والصعوبات الموجودة ضمن أقسام المنشأة، وذلك من أجل وضع الخطط المستقبلية الكفيلة بحل تلك المشاكل وتحسين أحوال المنشأة والعاملين فيها(صديق، ٢٠١٢، ص٢١٥ -٢١٦).

٩- أهمية تقييم الأداء الوظيفي:

يحقق تقييم الأداء فوائد عديدة للمؤسسة والعاملين بها ومن أهمها:

٩-١- يعد تقييم الأداء أساساً جوهرياً لعمليات التطوير الإداري فهو يتناول جوانب عديدة متشابكة منها ما يتصل بالمؤسسة وإجراءات العمل، ومنها ما يتصل بالعاملين أنفسهم حيث تسهم عملية تقييم الأداء في توفير معلومات مهمة عن مستوى أداء العاملين، وتساعد في تحديد الأساس الواقعي الذي يجب أن تبدأ منه جهود التطوير.

٩-٢- تسهم عملية تقييم الأداء في الكشف عن القدرات والطاقات الكامنة لدى العاملين، ويمكن أن يكون مدخلاً لإعادة تقسيم العمل وتوزيع المسؤوليات والأدوار.

٩-٣- تسهم عملية تقييم الأداء في تحسين وتطوير أداء العاملين، فهو يعاون الرؤساء والقادة في اكتشاف جوانب الضعف والقصور في كفاءة العاملين والعمل على تقويتها، إلى جانب تحديد نوع التوجيه اللازم لدفع سلوك العاملين وسد جوانب النقص في كفاءتهم(أبو حطب، ٢٠٠٩، ص١٦).

ويتحدد مستوى الأداء الوظيفي للفرد بتفاعل العوامل المؤثرة فيه، فمنها ما يتعلق بذات الفرد ودافعيته للعمل، وثانيها ما يتعلّق بمناخ العمل وبيئته سواء أكانت البيئة الداخلية للعمل أم الخارجية، وأما الثالثة فتتعلق بمقدرة الفرد على أداء العمل الموكول إليه، وهذه العوامل لا تؤّثر في الأداء كلاً على حده، وإنّما من خلال تفاعلها فيما بينها، وبالتالي فإن مستوى الأداء سيكون نتيجة لهذا التفاعل، فإن كانت العوامل الثلاثة إيجابية (دافعية مرتفعة للأداء لدى الأفراد، ومقدرة عالية على أداء العمل والإنجاز وبيئة ومناخ مناسب) فالنتيجة ستكون مستوى أداء مرتفع، أما إذا كانت العوامل الثلاثة السابقة ذات مستوى متدن فإن النتيجة ستأتي أداءً منخفضاً، وفي حالة أن يكون الأفراد متدني الدافعية ومتمتعين بدرجة مرتفعة من القدرة على أداء العمل، وتتوافر بيئة ومناخ مناسب للعمل فإن الأداء سيكون متوسطاً (الصرايرة، ٢٠١١، ص٦١١).

فالأداء الوظيفي يتحدد بمجموعة من العوامل كقدرات الفرد ومهاراته، وكفاءة الفرد ودافعيته للعمل، وبيئة العمل وظروفه، وهذه العوامل المؤثرة في الأداء، تتوقف على التواصل الفعال بين العاملين في المؤسسة، وعلى العلاقات المبنية على التعاون والعمل من أجل تحقيق أفضل النتائج، ولاسيما في مجال الإعلام الذي يقوم على التواصل، فالتواصل هو الأساس في العملية الإعلامية، حيث

يسعى الإعلام إلى إيصال رسالته، من خلال مهارات التواصل لدى الإعلاميين والسعي الدائم إلى الارتقاء بالأداء الوظيفي للمؤسسات الإعلامية، والوصول إلى الأداء المطلوب و إلى نسب مشاهدة عالية من قبل المشاهدين، وعن طريق التواصل تستطيع وسائل الإعلام التأثير في الجمهور وتغيير اتجاهاتهم ومواقفهم وبعض أنماط السلوك وبالتالي الوصول إلى الغرض المطلوب وذلك من خلال أدائها الوظيفي العالي من قبل كافة العاملين في المؤسسات الإعلامية، المبني على أساس التواصل والعلاقات المثمرة في ميدان العمل الإعلامي.

الفصل الرابع

منهج الدراسة وإجراءاتها

أولاً: منهج الدراسة وخطواتها.

ثانياً: المجتمع الأصلي للدراسة.

ثالثاً: عينة الدراسة.

رابعاً: أدوات الدراسة.

خامساً: صعوبات تطبيق إجراءات الدراسة.

سادساً: القوانين الإحصائية المستخدمة في معالجة البيانات:

إجراءات الدراسة:

توطئة:

يتناول هذا الفصل توصيفاً شاملاً لإجراءات الدراسة الميدانية التي تمّ القيام بها لتحقيق أهداف الدراسة، ويتضمن تحديد المنهج المتبع في الدراسة، وبناء وتصميم الأدوات، ومجتمع الدراسة، وعينة الدراسة، والتحقق من صدق وثبات الأدوات، والمعالجة الإحصائية المستخدمة في تحليل النتائج.

أولاً: منهج الدراسة وخطواتها:

تمّ اعتماد المنهج الوصفي التحليلي والذي عرفه عبيدات بأنه: " نمط الدراسة الذي يسهم بتزويدنا بالمعلومات اللازمة لتقرير وضع الظاهرة المدروسة تقريراً موضوعياً، ومن ثم تحليل هذه المعلومات وتفسيرها للوصول إلى النتائج التي يمكن أن تسهم في تحقيق أهداف الدراسة المرجوة"(عبيدات، ٢٠٠٣، ص٢٢٣).

وهو المنهج الذي يهتم بدراسة العلاقات بين الظواهر وتحليل تلك الظواهر والتعمق فيها لمعرفة الارتباطات الداخلية في هذه الظاهرة والارتباطات الخارجية بينه وبين الظواهر الأخرى(عباس وآخرون، ٢٠٠٧، ص٧٥).

ثانياً: المجتمع الأصلي للدّراسة ومسوّغات اختياره:

يتكوّن المجتمع الأصلي للدّراسة من جميع الإعلاميّين المذيعين العاملين والمذيعات العاملات في الهيئة العامّة للإذاعة والتّلفزيون في عام (٢٠١٥ـ ٢٠١٦)، وبعد الرّجوع إلى قوائم الإحصائيات في الهيئة العامة للإذاعة والتلفزيون، تبيّن أن مجموع الإعلاميّين والإعلاميّات من المذيعين والمذيعات (٢١٤) مذيع ومذيعة، ونظراً للحرب الّتي تتعرض لها سورية، والأزمة الّتي تمر بها يظهر دور الإعلاميين في مواجهة هذه الحرب من خلال مهاراتهم في تقديم الأخبار وكشف الحقائق والتَّأثير في الرَّاي العام.

وفيما يلي يتبيَّن عدد أفراد المجتمع الأصلي لعينة الدراسة في الهيئة العامة للإذاعة والتلفزيون للعام (٢٠١٥ـ ٢٠١٦).

جدول (١): توزع أفراد المجتمع الأصلي للعينة المدروسة بحسب الجنس والعمل الإعلامي

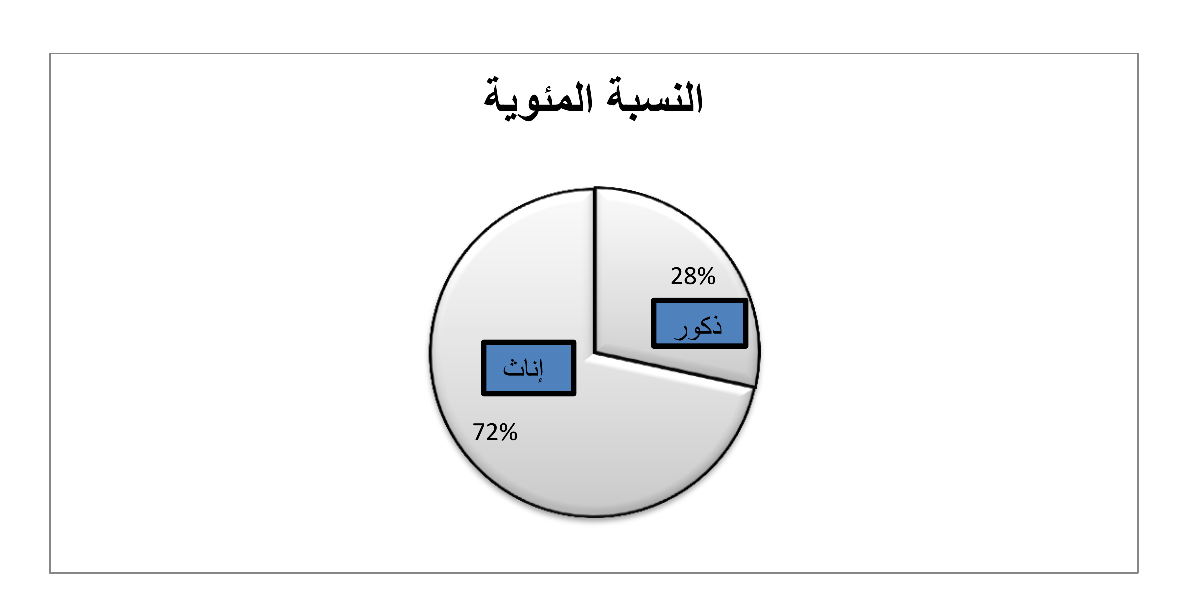
الجنس	الهيئة العامة للإذاعة	الهيئة العامة للتلفاز	المجموع
ذكور	٤١	٢١	٦٢
إناث	٦١	٩١	١٥٢
المجموع	١٠٢	١١٢	٢١٤

ثالثاً: عيّنة الدراسة:

يمثل اختيار عينة الدراسة إحدى أهم خطوات الدراسة لأنّ نتائجها التي ستنتهي إليها ترتكز ارتكازاً كليّاً على خصائص العينة، ومدى تمثيلها للمجتمع الأصلي، حتى يمكن تعميم نتائجها على أفراد المجتمع الأصلي الذي سحبت منه، وقد بلغ عدد أفراد عينة الدراسة المعتمدة في الدراسة الحالية (١٧٦)إعلامي وإعلامية من أصل (٢١٤) من الإعلاميين، وبنسبة (٨٢%) من حجم المجتمع الأصلي، تم اختيار عيّنة مسحيّة" حيث يتم فيها استجواب جميع أفراد المجتمع الأصلي أو عينة كبيرة منهم وذلك بهدف وصف الظاهرة المدروسة من حيث طبيعتها"، موزعين على النحو الآتي:

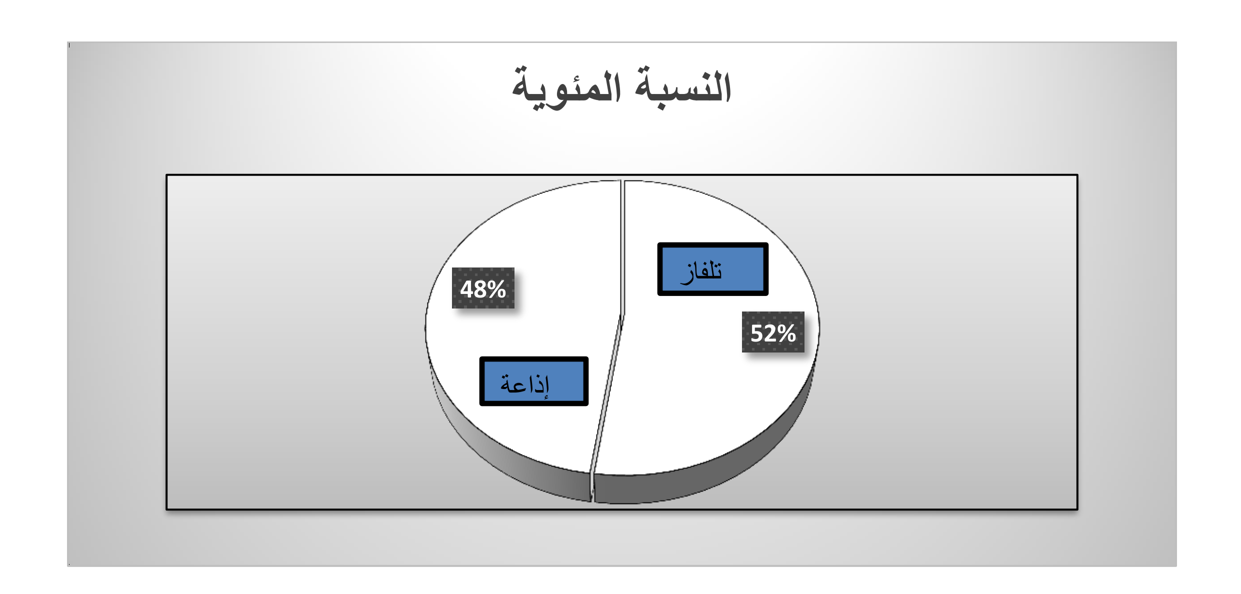
جدول (٢): توزع أفراد العينة المدروسة بحسب الجنس

الجنس	العدد	النسبة المئوية
ذكور	٥٠	%٢٨.٤٠
إناث	١٢٦	%٧١.٥٩
المجموع	١٧٦	%١٠٠



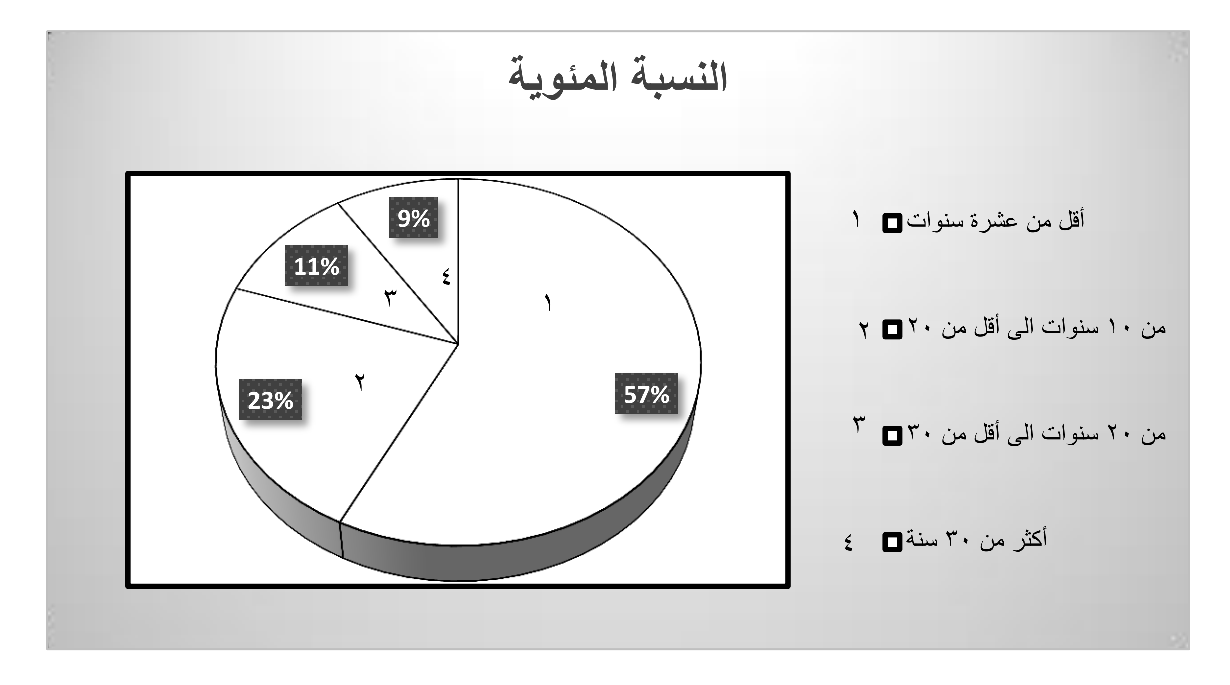
جدول (٣): توزع أفراد العينة المدروسة بحسب العمل الإعلامي

العمل الإعلامي	العدد	النسبة المئوية
الهيئة العامة للتلفاز	٩٢	%٥٢.٢٧
الهيئة العامة للإذاعة	٨٤	%٤٧.٧٢
المجموع	١٧٦	%١٠٠



جدول (٤): توزع أفراد العينة المدروسة بحسب سنوات العمل

سنوات العمل	العدد	النسبة المئوية
أقل من عشر سنوات	101	%٥٧.٣٨
من ١٠ سنوات الى أقل من ٢٠	40	%٢٢.٧٢
من ٢٠ سنة الى أقل من ٣٠	19	%١٠.٧٩
أكثر من ٣٠ سنة	16	%٩.٠٩
المجموع	176	%١٠٠



رابعاً: أدوات الدّراسة:

لتحقيق أهداف الدراسة والإجابة عن سؤالي الدراسة تم القيام بإعداد مقياسي مهارات التواصل الاجتماعي، ومقياس الأداء الوظيفي لدى الإعلاميين.

١. مقياس مهارات التواصل الاجتماعي:

تم القيام بإعداد مقياس مهارات التواصل الاجتماعي لدى الإعلاميين السوريين في الهيئة العامة للإذاعة والتلفزيون، وذلك بعد الاطّلاع على المقاييس ذات الصلة، ومراجعة بعض الأدبيات والدراسات المرتبطة بالموضوع، ثم القيام بإجراءات الصدق والثبات المطلوبة للمقياس.

وقد تكوّن المقياس في صورته النهائية من (٣٦) بنداً موزّعاً على بعدين هما: مهارات التواصل اللفظي ويتضمن (٢٠) بنداً، ومهارات التواصل غير اللفظي ويتضمن (١٦) بنداً.

وقد أُعدَّ المقياس وفقاً للخطوات الآتية:

الخطوة الأولى: تحديد الهدف من المقياس:

يتمثل الهدف من المقياس في الكشف عن مستوى مهارات التواصل الاجتماعي لدى عينة من الإعلاميين المذيعين في الهيئة العامة للإذاعة والتلفزيون.

الخطوة الثانية: صياغة بنود المقياس: لصياغة بنود المقياس قامت الباحثة بالإجراءات التالية:

١. مراجعة الأدبيات النظرية المرتبطة بموضوع مهارات التواصل الاجتماعي.

٢. الاستعانة بالمقاييس المتعلقة بمهارات التواصل الاجتماعي مقياس البجاري للمهارات الاجتماعية (٢٠٠٩)، ومقياس عابد لمهارات مقدمي البرامج (٢٠٠٩)، والاستعانة بالمعايير الأكاديمية لقسم الإعلام، ومحاضرات في مهارات الإلقاء والتعامل مع وسائل الإعلام، زين غنما (٢٠٠٨)، نظراً لقلة المقاييس التي تتناول مهارات التواصل الاجتماعي لدى الإعلاميين.

٣. مراعاة التنوع في اختيار بنود المقياس، وأن يكون لكل بند هدف محدد، وصياغة بنود المقياس على أن تكون بشكل واضح ومفهوم، وصياغة الإجابة على بنود المقياس ببدائل الإجابة (دائماً، غالباً، أحياناً، نادراً، أبداً).

٤. إعداد المقياس في صورته الأولية، فقد اشتمل المقياس في صورته الأولية (١٠٥) بنداً موزعاً على بعدين، وبعد تعديلات الأستاذ المشرف تم اختصار المقياس إلى (٤٩) بنداً.

٥. صياغة تعليمات المقياس: تم صياغة تعليمات المقياس بغرض تعريف الإعلاميين أفراد عينة الدراسة على الهدف من الدراسة، وروعي في ذلك أن تكون البنود واضحة ومفهومة، كما تضمنت التعليمات التأكيد على كتابة البيانات الخاصة بمتغيرات الدراسة، وكذلك طلب من الإعلاميين قراءة البنود بدقة وعناية، ومعرفة المقصود من كل بند، وأنها لغرض خدمة البحث العلمي، وتدوين الإجابة في المكان المخصص لها، وعدم ترك أي بند دون إجابة.

الخطوة الثالثة: التحقق من صدق المقياس:

تم التحقق من صدق المقياس من خلال استخدام الطرائق الآتية:

صدق المحتوى (الصدق الظَّاهري):

تمَّ عرض مقياس مهارات التواصل الاجتماعي على عدد من المحكمين (ملحق رقم(١) أسماء السادة المحكمين) من المتخصصين في علم النفس والقياس والتقويم والتربية في كلية التربية بجامعة دمشق، ومن المتخصصين في الإعلام ومناهج البحث في كلية الإعلام بجامعة دمشق، وذلك للوقوف على سلامة بنود المقياس ووضوحها ومدى ارتباطها بالهدف العام للمقياس، وقدرتها على قياس الموضوع الذي أعدت لقياسه، ومدى وضوح تعليمات المقياس، بالإضافة إلى إبداء ملاحظات أخرى قد يراها المحكمون ضرورية من حيث تقدير مدى صدق البنود من خلال قياسها للغرض الذي أعدت من أجله.

حيث أبدى السادة المحكمون آراءهم في فقرات المقياس، وبعد ذلك تمَّ الاستجابة لآراء السادة المحكمين، وقامت بإجراء ما يلزم من تعديل وإضافة وحذف في ضوء مقترحاتهم، ويبين الجدولان (٥) و(٦) عدد بنود المقياس وتوزعها على الأبعاد قبل وبعد التحكيم.

الجدول (٥) عدد بنود مقياس مهارات التواصل الاجتماعي وتوزعها على الأبعاد قبل عرضها على المحكمين:

محاور المقياس		عدد البنود	توزع البنود على المقياس
١	مهارات التواصل اللفظي	٢٦	من ١ حتى ٢٦
٢	مهارات التواصل غير اللفظي	٢٣	من ٢٧ حتى ٤٩
المقياس ككل		٤٩ بنداً	

الجدول (٦) عدد بنود مقياس مهارات التواصل الاجتماعي وتوزعها على الأبعاد بعد عرضها على المحكمين:

محاور المقياس		عدد البنود	توزع البنود على المقياس	ملاحظات
١	مهارات التواصل اللفظي	٢٠	من ١ حتى ٢٠	تم حذف ٦ بنود
٢	مهارات التواصل غير اللفظي	١٦	من ٢١ حتى ٣٦	تم حذف ٧ بنود
المقياس ككل		٣٦ بنداً		

كما أن الملاحق (٣) و(٤) و(٥) تبين البنود التي تم حذفها وتعديلها وتوزعها على محاور المقياس بعد عرضها على السادة المحكمين.

(والملحقان رقم (٢) و(٦) يبيّنان المقياس بصورته الأولية والنهائية).

تصحيح المقياس:

تكون مقياس مهارات التواصل الاجتماعي في صورته النهائية من (٣٦) بنداً موزعة على بعدين هما: (مهارات التواصل اللفظي: ويتضمن ٢٠ بنداً، مهارات التواصل غير اللفظي: ويتضمن ١٦ بنداً)، وبدائل الإجابة عن بنود المقياس خماسية (دائماً، غالباً، أحياناً، نادراً، أبداً).

وتصحح بنود مقياس مهارات التواصل الاجتماعي بأن تعطى الإجابة دائماً الدرجة (٥)، غالباً(٤)، أحياناً(٣)، نادراً(٢)، أبداً(١)، وبذلك تكون أعلى درجة يحصل عليها الفرد عند إجابته عن جميع بنود المقياس (١٨٠) درجة، وأدنى درجة يحصل عليها الفرد عند إجابته عن جميع بنود المقياس (٣٦)، أي أن الدرجة على مقياس مهارات التواصل الاجتماعي تتراوح بين (٣٦- ١٨٠).

وبعد ذلك تمَّ القيام بتطبيق المقياس على عينة استطلاعية تكوّنت من (٧) إعلاميّين من إعلاميّي الهيئة العامة في الإذاعة والتلفزيون اختيروا بطريقة (العينة العرضية)، وذلك للتأكد من مناسبة البنود ووضوحها بالنسبة للإعلاميين، وقد طُلبَ من أفراد العينة الاستطلاعية قبل البدء بالإجابة عن بنود المقياس أن يضعوا إشارة إلى جانب كل بند يجدون صعوبة أو غموضاً في فهمه أو الإجابة عنه، وبناء عليه تم تعديل بعض العبارات لتصبح أكثر بساطة وسهولة ووضوحاً.

ولاستكمال إجراء التحقق من صدق وثبات مقياس مهارات التواصل الاجتماعي تم سحب عينة من الإعلاميين في الهيئة العامة للإذاعة والتلفزيون، حيث بلغ عدد أفراد العينة (٣٠) إعلامياً وإعلامية، وهي غير العينة الأساسية للدراسة، والجدول (٧) يوضح خصائص عينة الصدق والثبات.

الجدول (٧) توزع أفراد عينة الصدق والثبات حسب الجنس والعمل الإعلامي:

الجنس	الهيئة العامة للإذاعة	الهيئة العامة للتلفاز	المجموع
ذكور	٧	٤	١١
إناث	١٤	٥	١٩
المجموع	٢١	٩	٣٠

الصدق البنائي بطريقة الاتساق الداخلي Internal Consistency Validity:

صدق الاتساق الداخلي هو من أهم أنواع الصدق الذي يمكن استخدامه للتحقق من صدق المقياس، ويرتبط بالتحقق من الاتساق بين مفردات المقياس ومدى ارتباطها بالدرجة الكلية. وقد تم تطبيق المقياس على (٣٠) إعلامياً وإعلامية، وللتحقق من هذه الطريقة، تم القيام بعدة خطوات، هي:

١- **ارتباط كل بند من بنود المقياس بالدرجة الكلية للبعد:** والجدول رقم (٨) يبين معاملات الارتباط الناتجة.

جدول (٨): معاملات الارتباط بين كل بند مع الدرجة الكلية للبعد الفرعي.

التواصل اللفظي				التواصل غير اللفظي			
البند	الارتباط	البند	الارتباط	البند	الارتباط	البند	الارتباط
1	0.42**	11	0.32**	21	0.50**	31	0.58**
2	0.45**	12	0.58**	22	0.46**	32	0.56**
3	0.53**	13	0.46**	23	0.48**	33	0.48**
4	0.21**	14	0.49**	24	0.42**	34	0.39**
5	0.45**	15	0.47**	25	0.46**	35	0.33**
6	0.53**	16	0.38**	26	0.45**	36	0.55**
7	0.25**	17	0.29**	27	0.63**	-	-
8	0.53**	18	0.48**	28	0.44**	-	-
9	0.21**	19	0.35**	29	0.50**	-	-
10	0.45**	20	0.46**	30	0.33**	-	-

**** دال عند مستوى الدلالة ٠،٠١**

يتبين من الجدول السابق وجود ارتباط بين كل بند مع الدرجة الكلية للأبعاد الفرعية، وهذه الارتباطات تتراوح بين (**.21-**.63) وهي موجبة ودالة إحصائيا عند مستوى الدلالة ٠.٠١

٢-ارتباط الأبعاد الفرعية مع بعضها البعض ومع الدرجة الكلية: والجدول رقم (٩) يبين معاملات الارتباط الناتجة.

جدول (٩): يبين ارتباط الاختبارات الفرعية مع بعضها البعض ومع الدرجة الكلية.

الأبعاد الفرعية	التواصل اللفظي	التواصل غير اللفظي	الدرجة الكلية
التواصل اللفظي	–	0.765**	0.951**
التواصل غير اللفظي	–	–	0.926**
الدرجة الكلية	–	–	–

**** دال عند مستوى الدلالة ٠،٠١**

يتبين من الجدول السابق أن جميع معاملات الارتباط بين كل من درجات المقاييس الفرعية مع بعضها البعض، وبينها وبين الدرجة الكلية للمقياس ككل موجبة ودالة إحصائياً وتتراوح بين (**765.-**951.).

٣-ارتباط كل بند من بنود المقياس بالدرجة الكلية للمقياس: والجدول رقم (١٠) يبين معاملات الارتباط الناتجة.

جدول (١٠): معاملات الارتباط بين كل بند مع الدرجة الكلية للمقياس.

البند	الارتباط	البند	الارتباط	البند	الارتباط	البند	الارتباط	البند	الارتباط
1	0.40**	9	0.24*	17	0.31**	25	0.43**	33	0.43**
2	0.43**	10	0.46**	18	0.49**	26	0.42**	34	0.26**
3	0.51**	11	0.29**	19	0.32**	27	0.59**	35	0.44**
4	0.28*	12	0.56**	20	0.49**	28	0.39**	36	0.51**
5	0.45**	13	0.39**	21	0.48**	29	0.36**	-	-
6	0.51**	14	0.49**	22	0.47**	30	0.26**	-	-

7	0.28**	15	0.41**	23	0.39**	31	0.57**	-	-
8	0.53**	16	0.34**	24	0.43**	32	0.65**	-	-

**** دال عند مستوى الدلالة ٠،٠١**

يتبين من الجدول السابق وجود ارتباط بين كل بند مع الدرجة الكلية للمقياس، وهذه الارتباطات تتراوح بين (**24.-**65.) وهي موجبة ودالة إحصائيا عند مستوى الدلالة ٠.٠١.

٣-الصدق التمييزي:

طبق المقياس على عينة الصدق والثبات، ثم حسبت درجاتهم، ورتبت تنازلياً، وتم أخذ أعلى ٢٥% منها وأدنى ٢٥%، ثم حسب متوسطات هاتين المجموعتين وانحرافهما المعياري، واستخدم اختبار ت ستودنت لبيان دلالة الفروق بين المتوسطين على الأبعاد الفرعية والدرجة الكلية والجدول ذو الرقم (١١) يوضح الفروق بين هاتين المجموعتين:

جدول (١١): المتوسطات والانحرافات المعيارية وقيمة "ت" ودلالتها

الأبعاد الفرعية	العدد	الفئة العليا (٢٥)		الفئة الدنيا (٢٥)		درجة الحرية	ستودنت ت	مستوى الدلالة	القرار
		م	ع	م	ع				
التواصل اللفظي	30	91.88	2.72	68.92	7.63	48	14.21	0.000	دالة**
التواصل غير اللفظي	30	77.40	1.52	57.77	4.74	48	19.75	0.000	دالة**
الدرجة الكلية	30	167.80	4.79	127.44	12.23	48	15.42	0.000	دالة**

يتضح من الجدول السابق أن هناك فروقاً ذات دلالة إحصائية بين المجموعتين، وهذه الفروق لصالح الفئة العليا، مما يدل على أن المقياس قادر على التفريق بين ذوي الدرجات العليا والدرجات الدنيا.

- ثبات المقياس:

تم التحقق من الثبات باستخدام طرائق الإعادة والتجزئة النصفية وألفا-كرونباخ.

١-طريقة الإعادة Test Retest:

تم تطبيق المقياس على ١٢ من الإعلاميين، ثم جرى إعادة تطبيقه بعد عشرة أيام على العينة نفسها، لكن باستثناء بعض الإعلاميين الذين لم يكونوا عند إعادة التطبيق. ومن ثم أصبحت العينة مؤلفة من ٩ إعلاميّين. جرى حساب الترابط بين الدرجات عن طريق معامل ارتباط بيرسون، والجدول رقم (١٢) يبين ثبات المقياس عند استخدام طريقة الإعادة.

جدول (١٢): يبين معاملات ثبات المقياس باستخدام طريقة إعادة التطبيق

الأبعاد الفرعية	معامل الثبات
التواصل اللفظي	0.84**
التواصل غير اللفظي	0.86**
الدرجة الكلية	0.90**

** دالة إحصائياً عند مستوى الدلالة ٠،٠١

يتضح من الجدول السابق وجود معاملات ارتباط مرتفعة بين درجات التطبيقين الأول والثاني، وذلك في كل من الدرجة الكلية للمقياس، ودرجة الأبعاد الفرعية، حيث تراوحت معاملات الارتباط من ٠.٨٤ إلى ٠.٩٠ مما يدل على ثبات ممتاز للمقياس.

٢-التجزئة النصفية Split Half:

تم حساب الثبات بهذه الطريقة عن طريق معامل سبيرمان-براون والجدول ذو الرقم (١٣) يوضح معاملات الثبات للمقياس.

جدول (١٣): معاملات الثبات باستخدام معامل سبيرمان- براون

الأبعاد الفرعية	سبيرمان براون
التواصل اللفظي	0.75
التواصل غير اللفظي	0.81
الدرجة الكلية	0.87

يتبين من الجدول السابق أن قيم معامل الثبات بالتجزئة النصفية بشكل عام تدل على ثبات عالي للمقياس.

٣-ألفا كرونباخ Cronbach's alphaالاتساق الدّاخلي:

تم حساب الثبات عن طريق معامل ألفا-كرونباخ Cronbach's alpha. والجدول ذو الرقم (١٤) يوضح معاملات ثبات ألفا-كرونباخ للمقياس.

جدول (١٤): معاملات الثبات باستخدام طريقة معامل ألفا-كرونباخ

الأبعاد الفرعية	معامل ألفا-كرونباخ
التواصل اللفظي	0.71
التواصل غير اللفظي	0.75
الدرجة الكلية	0.84

يبين الجدول السابق أن قيم معامل ألفا-كرونباخ تعد من جيدة إلى ممتازة.

يتضح مما سبق أن مقياس مهارات التواصل الاجتماعي يتصف بدرجة جيدة من الصدق والثبات تجعله صالحاً للاستخدام كأداة للدراسة الحالية.

٢. مقياس الأداء الوظيفي:

تمّ القيام بإعداد مقياس الأداء الوظيفي لدى الإعلاميين السوريين في الهيئة العامة للإذاعة والتلفزيون، وذلك بعد الاطّلاع على المقاييس ذات الصلة، ومراجعة بعض الأدبيات والدراسات المرتبطة بالموضوع، ثم القيام بإجراءات الصدق والثبات المطلوبة للمقياس.

وقد تكوّن المقياس في صورته النهائية من (٢٩) بنداً موزّعة على بعدين هما: كفاءة الأداء ويتضمن (١٦) بنداً، ومستوى الأداء ويتضمن (١٣) بنداً.

وقد تمّ القيام بإعداد المقياس وفقاً للخطوات الآتية:

الخطوة الأولى: تحديد الهدف من المقياس:

يتمثل الهدف من المقياس في الكشف عن مستوى الأداء الوظيفي لدى عينة من الإعلاميين المذيعين في الهيئة العامة للإذاعة والتلفزيون.

الخطوة الثانية: صياغة بنود المقياس: لصياغة بنود المقياس قامت الباحثة بالإجراءات التالية:

١. مراجعة الأدبيات النظرية المرتبطة بموضوع الأداء الوظيفي.

٢. الاستعانة بالمقاييس المتعلّقة بالأداء الوظيفي مقياس الدّين (٢٠٠٩)، ومقياس بنات (٢٠٠٩)، ومقياس البلوي (٢٠٠٨) والاستعانة بالمعايير القوميّة الأكاديميّة لقسم الإعلام، نظراً لقلّة المقاييس التي تتناول الأداء الوظيفي لدى الإعلاميّين.

٣. مراعاة التنوع في اختيار بنود المقياس، وأن يكون لكل بند هدف محدد، وصياغة بنود المقياس على أن تكون بشكل واضح ومفهوم، وصياغة الإجابة على بنود المقياس ببدائل الإجابة (دائماً، غالباً، أحياناً، نادراً، أبداً).

٤. إعداد المقياس في صورته الأولية، فقد اشتمل المقياس في صورته الأولية (٧٠) بند موزعة على بعدين، وبعد تعديلات الأستاذ المشرف تم اختصار المقياس إلى (٢٩) بند.

٥. صياغة تعليمات المقياس: تم صياغة تعليمات المقياس بغرض تعريف الإعلاميين أفراد عينة الدراسة على الهدف من الدراسة، وروعي في ذلك أن تكون البنود واضحة ومفهومة، كما تضمنت التعليمات التأكيد على كتابة البيانات الخاصة بمتغيرات الدراسة، وكذلك طلب من الإعلاميين قراءة البنود بدقة وعناية، ومعرفة المقصود من كل بند، وأنها لغرض خدمة البحث العلمي، وتدوين الإجابة في المكان المخصص لها، وعدم ترك أي بند دون إجابة.

الخطوة الثالثة: التحقق من صدق المقياس:

تم التحقق من صدق المقياس من خلال استخدام الطرائق الآتية:

صدق المحتوى (الصدق الظّاهري):

تمَّ عرض مقياس الأداء الوظيفي على عدد من المحكمين (ملحق رقم(١) أسماء السادة المحكمين) من المتخصصين في علم النفس والقياس والتقويم والتربية في كلية التربية بجامعة دمشق، ومن

المتخصصين في الإعلام ومناهج البحث في كلية الإعلام بجامعة دمشق، وذلك للوقوف على سلامة بنود المقياس ووضوحها ومدى ارتباطها بالهدف العام للمقياس، وقدرتها على قياس الموضوع الذي أعدت لقياسه، ومدى وضوح تعليمات المقياس، بالإضافة إلى إبداء ملاحظات أخرى قد يراها المحكمون ضرورية من حيث تقدير مدى صدق البنود من خلال قياسها للغرض الذي أعدت من أجله.

حيث أبدى السادة المحكمون آراءهم في فقرات المقياس، وبعد ذلك تمَّ الاستجابة لآراء السادة المحكمين، وقامت بإجراء ما يلزم من تعديل للبنود في ضوء مقترحاتهم، ويبين الجدولان (١٥) و(١٦) عدد بنود المقياس وتوزعها على الأبعاد قبل وبعد التحكيم.

الجدول (١٥) عدد بنود مقياس الأداء الوظيفي وتوزعها على الأبعاد قبل عرضها على المحكمين:

محاور المقياس		عدد البنود	توزع البنود على المقياس
١	كفاءة الأداء	١٦	من ١ حتى ١٦
٢	مستوى الأداء	١٣	من ١٧ حتى ٢٩
المقياس ككل		٢٩ بنداً	

الجدول (١٦) عدد بنود مقياس الأداء الوظيفي وتوزعها على الأبعاد بعد عرضها على المحكمين:

محاور المقياس		عدد البنود	توزع البنود على المقياس	ملاحظات
١	كفاءة الأداء	١٦	من ١ حتى ١٦	تم تعديل
٢	مستوى الأداء	١٣	من ١٧ حتى ٢٩	تم تعديل

المقياس ككل	٢٩ بنداً	

كما أن الملحق (٨) يبين البنود التي تم تعديلها من قبل السادة المحكمين.

(والملحقان رقم (٧) و(٩) يبيّنان المقياس بصورته الأولية والنهائية).

تصحيح المقياس:

تكون مقياس الأداء الوظيفي في صورته النهائية من (٢٩) بنداً موزعة على بعدين هما: (كفاءة الأداء: ويتضمن ١٦ بنداً، مستوى الأداء: ويتضمن ١٣ بنداً)، وبدائل الإجابة عن بنود المقياس خماسية (دائماً، غالباً، أحياناً، نادراً، أبداً).

وتصحح بنود مقياس الأداء الوظيفي بأن تعطى الإجابة دائماً الدرجة (٥)، غالباً(٤)، أحياناً(٣)، نادراً(٢)، أبداً(١)، وبذلك تكون أعلى درجة يحصل عليها الفرد عند إجابته على جميع بنود المقياس (١٤٥) درجة، وأدنى درجة يحصل عليها الفرد عند إجابته على جميع بنود المقياس (٢٩)، أي أن الدرجة على مقياس الأداء الوظيفي تتراوح بين (٢٩– ١٤٥).

وبعد ذلك تمَّ القيام بتطبيق المقياس على عينة استطلاعية تكونت من (٧) إعلاميّين من إعلاميي الهيئة العامة في الإذاعة والتلفزيون اختيروا بطريقة (العينة العرضية)، وذلك للتأكد من مناسبة البنود ووضوحها بالنسبة للإعلاميين، وقد طلبت الباحثة من أفراد العينة الاستطلاعية قبل البدء بالإجابة عن بنود المقياس أن يضعوا إشارة إلى جانب كل بند يجدون صعوبة أو غموضاً في فهمه أو الإجابة عليه، وبناء عليه تم تعديل بعض العبارات لتصبح أكثر بساطة وسهولة ووضوحاً.

ولاستكمال إجراء التحقق من صدق وثبات مقياس الأداء الوظيفي تمَّ سحب عينة من الإعلاميين في الهيئة العامة للإذاعة والتلفزيون، حيث بلغ عدد أفراد العينة (٣٠) إعلامياً وإعلامية، وهي غير العينة الأساسية للدراسة، والجدول (١٧) يوضح خصائص عينة الصدق والثبات.

الجدول (١٧) توزع أفراد عينة الصدق والثبات حسب الجنس والعمل الإعلامي:

الجنس	عدد الإعلاميين	العمل الإعلامي	عدد الإعلاميين

ذكور	١١	الهيئة العامة للإذاعة	٢١
إناث	١٩	الهيئة العامة للتلفزيون	٩
المجموع	٣٠	المجموع	٣٠

الصدق البنائي بطريقة الاتساق الداخلي Internal Consistency Validity:

صدق الاتساق الداخلي هو من أهم أنواع الصدق التي يمكن استخدامها للتحقق من صدق المقياس، ويرتبط بالتحقق من الاتساق بين مفردات المقياس ومدى ارتباطها بالدرجة الكلية. وقد تم تطبيق المقياس على (٣٠) إعلامياً وإعلامية، وللتحقق من هذه الطريقة، تم القيام بعدة خطوات، هي:

١- **ارتباط كل بند من بنود المقياس بالدرجة الكلية للبعد:** والجدول رقم (١٨) يبين معاملات الارتباط الناتجة.

جدول (١٨): معاملات الارتباط بين كل بند مع الدرجة الكلية للبعد الفرعي.

كفاءة الأداء				**مستوى الأداء**	
البند	**الارتباط**	**البند**	**الارتباط**	**البند**	**الارتباط**
1	0.46**	11	0.57**	17	0.32**
2	0.45**	12	0.51**	18	0.51**
3	0.22**	13	0.66**	19	0.34**
4	0.39**	14	0.20**	20	0.28**
5	0.32**	15	0.53**	21	0.25**
6	0.61**	16	0.53**	22	0.65**
7	0.50**	-	-	23	0.68**
8	0.59**	-	-	24	0.32**

9	0.55**	-	-	25	0.64**
10	0.38**	-	-	26	0.71**
-	-	-	-	27	0.61**
-	-	-	-	28	0.57**
-	-	-	-	29	0.60**

**** دال عند مستوى الدلالة ٠،٠١**

يتبين من الجدول السابق وجود ارتباط بين كل بند مع الدرجة الكلية للأبعاد الفرعية، وهذه الارتباطات تتراوح بين (**20.-**71.) وهي موجبة ودالة إحصائيا عند مستوى الدلالة ٠.٠١

٢-ارتباط الأبعاد الفرعية مع بعضها البعض ومع الدرجة الكلية: والجدول رقم (١٩) يبين معاملات الارتباط الناتجة.

جدول (١٩): يبين ارتباط الاختبارات الفرعية مع بعضها البعض ومع الدرجة الكلية.

الأبعاد الفرعية	كفاءة الأداء	مستوى الأداء	الدرجة الكلية
كفاءة الأداء	–	0.726**	0.934**
مستوى الأداء	–	–	0.924**
الدرجة الكلية	–	–	–

**** دال عند مستوى الدلالة ٠،٠١**

يتبين من الجدول السابق أن جميع معاملات الارتباط بين كل من درجات المقاييس الفرعية مع بعضها البعض، وبينها وبين الدرجة الكلية للمقياس ككل موجبة ودال إحصائياً وتتراوح بين (**726.-**934.).

٣-ارتباط كل بند من بنود المقياس بالدرجة الكلية للمقياس: والجدول رقم (٢٠) يبين معاملات الارتباط الناتجة.

جدول (٢٠): معاملات الارتباط بين كل بند مع الدرجة الكلية للمقياس.

البند	الارتباط	البند	الارتباط	البند	الارتباط	البند	الارتباط
1	0.46**	9	0.58**	17	0.29**	25	0.62**
2	0.43**	10	0.35**	18	0.48**	26	0.70**
3	0.61**	11	0.52**	19	0.43**	27	0.55**
4	0.33**	12	0.43**	20	0.24**	28	0.49**
5	0.28**	13	0.67**	21	0.25**	29	0.50**
6	0.59**	14	0.26*	22	0.60**	-	-
7	0.42**	15	0.52**	23	0.72**	-	-
8	0.60**	16	0.49**	24	0.32**	-	-

**** دال عند مستوى الدلالة ٠،٠١**

يتبين من الجدول السابق وجود ارتباط بين كل بند مع الدرجة الكلية للمقياس، وهذه الارتباطات تتراوح بين (.24**-.72**) وهي موجبة ودالة إحصائيا عند مستوى الدلالة ٠.٠١

٣-الصدق التمييزي:

طبق المقياس على عينة الصدق والثبات، ثم حسبت درجاتهم، ورتبت تنازلياً، وتم أخذ أعلى ٢٥% منها وأدنى ٢٥%، ثم حسب متوسطات هاتين المجموعتين وانحرافهما المعياري، واستخدم اختبار ت ستودنت لبيان دلالة الفروق بين المتوسطين على الأبعاد الفرعية والدرجة الكلية والجدول ذو الرقم (٢١) يوضح الفروق بين هاتين المجموعتين:

جدول (٢١): المتوسطات والانحرافات المعيارية وقيمة "ت" ودلالتها

الأبعاد الفرعية	العدد	الفئة العليا (٢٥)		الفئة الدنيا (٢٥)		درجة الحرية	ستودنت ت	مستوى الدلالة	القرار
		م	ع	م	ع				

كفاءة الأداء	30	71.76	1.76	53.61	8.22	48	10.79	0.000	دالة**
مستوى الأداء	30	60.84	1.72	42.73	4.76	48	17.91	0.000	دالة**
الدرجة الكلية	30	131.24	2.75	97.42	13.08	48	12.65	0.000	دالة**

يتضح من الجدول السابق أن هناك فروقاً ذات دلالة إحصائية بين المجموعتين، وهذه الفروق لصالح الفئة العليا، مما يدل على أن المقياس قادر على التفريق بين ذوي الدرجات العليا والدرجات الدنيا.

- ثبات المقياس:

تم التحقق من الثبات باستخدام طرائق الإعادة والتجزئة النصفية وألفا-كرونباخ.

١-طريقة الإعادة Test Retest:

تم تطبيق المقياس على ١٢ من الإعلاميّين، ثم جرى إعادة تطبيقه بعد عشرة أيام على العينة نفسها، لكن باستثناء بعض الإعلاميّين الذين لم يكونوا عند إعادة التّطبيق. ومن ثم أصبحت العينة مؤلفة من ٩ إعلاميّين. جرى حساب الترابط بين الدرجات عن طريق معامل ارتباط بيرسون، والجدول رقم (٢٢) يبين ثبات المقياس عند استخدام طريقة الإعادة.

جدول (٢٢): يبين معاملات ثبات المقياس باستخدام طريقة إعادة التطبيق

الأبعاد الفرعية	معامل الثبات
كفاءة الأداء	0.78**
مستوى الأداء	0.83**
الدرجة الكلية	0.86**

** دالة إحصائياً عند مستوى الدلالة ٠،٠١

يتضح من الجدول السابق وجود معاملات ارتباط مرتفعة بين درجات التطبيقين الأول والثاني، وذلك في كل من الدرجة الكلية للمقياس، ودرجة الأبعاد الفرعية، حيث تراوحت معاملات الارتباط من ٠.٧٨ إلى ٠.٨٦ مما يدل على ثبات ممتاز للمقياس.

٢-التجزئة النصفية Split Half:

تم حساب الثبات بهذه الطريقة عن طريق معامل سبيرمان-براون والجدول ذو الرقم (٢٣) يوضح معاملات الثبات للمقياس.

جدول (٢٣): معاملات الثبات باستخدام معامل سبيرمان- براون

الأبعاد الفرعية	سبيرمان براون
كفاءة الأداء	0.77
مستوى الأداء	0.81
الدرجة الكلية	0.78

يتبين من الجدول السابق أن قيم معامل الثبات بالتجزئة النصفية بشكل عام تدل على ثبات عالي للمقياس.

٣-ألفا كرونباخ Cronbach's alphaالاتساق الداخلي:

تم حساب الثبات عن طريق معامل ألفا-كرونباخ Cronbach's alpha. والجدول ذو الرقم (٢٤) يوضح معاملات ثبات ألفا-كرونباخ للمقياس.

جدول (٢٤): معاملات الثبات باستخدام طريقة معامل ألفا-كرونباخ

الأبعاد الفرعية	معامل ألفا-كرونباخ
كفاءة الأداء	0.70
مستوى الأداء	0.73
الدرجة الكلية	0.83

يتضح من الجدول السابق أن قيم معامل ألفا-كرونباخ تعد من جيدة إلى ممتازة.

يتضح مما سبق أن مقياس الأداء الوظيفي يتصف بدرجة جيدة من الصدق والثبات تجعله صالحاً للاستخدام كأداة للدراسة الحالية.

إجراءات التطبيق:

بعد أن تم إعداد أدوات الدراسة بالشكل النهائي ومن ثم التحقق من صدقها وثباتها، وأخذ الموافقة على تطبيق أدوات الدراسة على الإعلاميين المذيعين في الهيئة العامة للإذاعة والتلفزيون، تمَّ

التطبيق على الإعلاميين المذيعين في الهيئة العامة للإذاعة والتلفزيون، من المذيعين والمذيعات (إذاعة، تلفزيون).

و قبل تطبيق أدوات الدراسة على كل فرد من أفراد عينة الدراسة تمَّ إعطائهم فكرة عن موضوع الدراسة، وعن الهدف من تطبيق أدوات الدراسة.

وقد تم تطبيق أدوات الدراسة على عينة مؤلفة من (١٧٦) إعلامي وإعلامية من المذيعين والمذيعات في الهيئة العامة للإذاعة والتلفزيون، وكان الزمن المستغرق للتطبيق ١٣ دقيقة، وبعد ذلك تمَّ القيام بتصحيح المقاييس المطبقة للحصول على الدرجات الخام لأفراد العينة على أبعاد مقياس مهارات التواصل الاجتماعي، والدرجات الخام على أبعاد مقياس الأداء الوظيفي ودرجته الكلية تمهيداً لتحليل هذه الدرجات للإجابة على أسئلة الدراسة وفرضياتها.

خامساً: صعوبات تطبيق إجراءات الدراسة:

نظراً لأن عينة البحث من الإعلاميين والإعلاميات من المذيعين والمذيعات في الهيئة العامة للإذاعة والتلفزيون، فقد واجهت الباحثة بعض الصعوبات، كان من أهمها:

١. ضيق وقت المذيعين والمذيعات، وانصرافهم دون تطبيق أدوات الدراسة، مما يؤدي إلى تأجيل التطبيق عليهم إلى يوم آخر.

٢. طبيعة العمل الإعلامي وتواجد المذيعين والمذيعات في أوقات ليلية يصعب التواجد في الإذاعة والتّلفزيون في هذه الأوقات.

٣. تواجد عدد قليل من المذيعين والمذيعات في الإذاعة والتّلفزيون، وعدم وجود مواعيد ثابتة ومحدّدة لتواجدهم في الإذاعة والتّلفزيون.

٤. ضياع عدد من المقاييس من قبل بعض المذيعات، وعدم التزامهم بتطبيق المقاييس مما اضطر الباحثة إلى إعطائهم أكثر من نسخة من المقاييس، حتى قاموا بالإجابة عليها.

٥. صعوبة الوصول إلى الإعلاميّين لعدم وجود مواعيد ثابتة ومحدّدة لتواجدهم في الإذاعة والتّلفزيون، مما أدى إلى طول فترة تطبيق مقاييس الدّراسة الحاليّة.

٦. صعوبة الحصول على أعداد المذيعين والمذيعات في الهيئة العامة للإذاعة والتلفزيون، بسبب عدم وجود قوائم إحصائية بأعدادهم، مما اضطر الباحثة إلى الحصول على الأعداد من خلال جولة على كافة الأقسام في الإذاعة والتلفزيون، لأخذ العدد بشكل دقيق.

بالإضافة إلى وجود صعوبات أخرى تم التغلب عليها نتيجة لتعاون الموظفين في قسم العلاقات العامة بالهيئة العامة للإذاعة والتلفزيون، مثل تسهيل الدخول إلى الهيئة العامة للإذاعة والتلفزيون، والمساعدة في تطبيق أدوات الدراسة الحالية، وبالتّالي تمّ التّغلّب على هذه الصّعوبات حتى تمّت عمليّة تطبيق الأدوات وبالتّالي إجراء الدّراسة.

سادساً: القوانين الإحصائية المستخدمة في معالجة البيانات:

تم اعتماد الدراسة السيكومترية لمقياسي مهارات التواصل الاجتماعي، والأداء الوظيفي وفي تحليل نتائج سؤالي الدراسة، وفرضياتها على البرنامج الحاسوبي (Spss)، حيث تم استخدام الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية الإنسانية:

١- معامل الارتباط بيرسون لحساب صدق وثبات أدوات الدراسة، ومعادلة ألفا كرونباخ ومعامل ثبات التجزئة النصفية باستخدام معادلة سبيرمان براون لحساب ثبات أدوات الدراسة.

٢- استخدمت الباحثة المتوسطات الحسابية والانحراف المعياري والوزن النسبي للدرجات للإجابة عن سؤالي الدراسة.

٣- للتحقق من فرضيات الدراسة استخدمت الباحثة معامل ارتباط بيرسون لمعرفة العلاقة بين متغيرات الدراسة، كما استخدمت الباحثة اختبار ت .ستودنت ، واختبار تحليل التباين الأحادي، واختبار شيفيه، للتعرف على دلالة الفروق بين متغيرات الدراسة.

٤- استخدمت الباحثة برنامج (Excel) لتوضيح نتائج الدراسة عن طريق الرسوم البيانية.

الفصل الخامس

عرض نتائج الدراسة وتحليلها وتفسيرها ومناقشتها

أولاً: **النتائج المتعلقة بسؤالي الدراسة.**

ثانياً: **النتائج المتعلقة بفرضيات الدراسة.**

ثالثاً: **مقترحات الدراسة.**

عرض النّتائج المتعلّقة بسؤالي الدّراسة وتحليلهما:

بالاعتماد على النتائج المتعلقة بسؤالي الدراسة تقوم الباحثة بعرض هذه النتائج وتفسيرها، حيث استخدمت الباحثة المتوسطات الحسابية والانحراف المعياري والوزن النسبي للدرجات للإجابة عن سؤالي الدراسة، وتوضيح هذه النتائج من خلال الرسوم البيانية.

١- السؤال الأول: ما مستوى مهارات التواصل الاجتماعي لدى عينة الإعلاميين؟

لتحديد مستوى مهارات التواصل الاجتماعي لدى الإعلاميين، تم إعطاء إجابات الإعلاميين على مقياس مهارات التواصل الاجتماعي قيماً متدرجة وفقاً لمقياس ليكرت خماسي كما هو موضح في تصحيح المقياس وتم حساب طول الفئة على النحو الآتي:

- حساب المدى وذلك بطرح أكبر قيمة في المقياس من أصغر قيمة (٥-١=٤).
- حساب طول الفئة وذلك بتقسيم المدى وهو (٤) على عدد الفئات (٥)

٤ ÷ ٥ = ٠.٨ (طول الفئة).

إضافة طول الفئة وهو (٠.٨) إلى أصغر قيمة في المقياس وهي (١)، وذلك للحصول على الفئة الأولى، لذا كانت الفئة الأولى (من ١ إلى ١.٨)، ثم إضافة طول الفئة إلى الحد الأعلى من الفئة الأولى، وذلك للحصول على الفئة الثانية وهكذا للوصول إلى الفئة الأخيرة.

واستناداً إلى قاعدة التقريب الرياضي يمكن التعامل مع قيم المتوسطات الحسابية لإجابات الإعلاميين كما هو مبين في الجدول الآتي:

الجدول (٢٥) فئات قيم المتوسط الحسابي(الرتبي) ودرجة مهارات التواصل الاجتماعي الموافقة لها

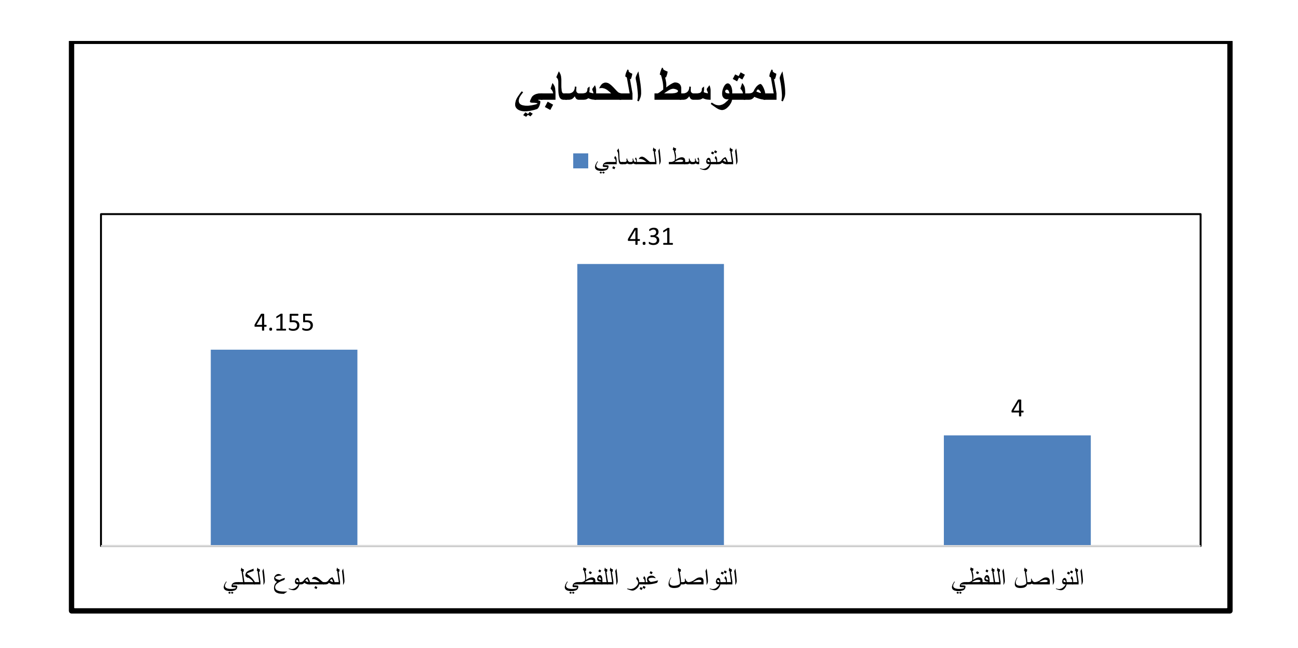
فئات قيم المتوسط الحسابي	درجة مهارات التواصل الاجتماعي
من ١ –١.٨	منخفضة جداً
أكبر من ١.٨ – ٢.٦	منخفضة

أكبر من ٢.٦ – ٣.٤	**متوسطة**
أكبر من ٣.٤ – ٤.٢	**عالية**
أكبر من ٤.٢ – ٥	**عالية جداً**

للتحقق من سؤال البحث تمَّ حساب المتوسطات الحسابية، والانحرافات المعيارية، والوزن النسبي لدرجات الإعلاميين على مقياس مهارات التواصل الاجتماعي وأبعاده الفرعية كما هو موضح في الجدول (٢٦).

الجدول (٢٦)الإحصاء الوصفي لإجابات الإعلاميين على الدرجة الكلية لمقياس مهارات التواصل الاجتماعي وأبعاده الفرعية.

	البعد	عدد البنود	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الوزن النسبي	درجة المهارات
1	التواصل اللفظي	٢٠	4.00	0.95	80.08	عالية
2	التواصل غير اللفظي	١٦	4.31	0.84	86.23	عالية جداً
المجموع الكلي		٣٦	4.15	0.89	83.15	عالية



البعد الأول: التواصل اللفظي:

للوصول إلى معرفة أدق في مستوى مهارات التواصل الاجتماعي لدى الإعلاميين قامت الباحثة بحساب المتوسط الحسابي والانحراف المعياري والوزن النسبي لكل بند من بنود المقياس وتحديد درجة المهارات، كما موضّح في الجداول الآتية:

الجدول (٢٧) الإحصاء الوصفي لبنود بعد التواصل اللفظي

الرقم في الاستبانة	البند	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الوزن النسبي	درجة المهارات
١	تخونني مقدرتي على التعبير.	3.72	1.05	74.32	عالية
٢	أطرح أسئلة تفيدني في الحصول على أكبر قدر من المعلومات.	4.38	0.93	87.61	عالية جداً
٣	أدلي بتعليقات مناسبة على حديث الضيف.	3.97	0.81	79.43	عالية
٤	تزعجني التغييرات المفاجئة التي من الممكن أن تحصل في البرنامج.	2.70	1.26	54.09	متوسطة
٥	من الضروري استخدام عبارات في التعامل مثل: من فضلك، شكراً لك، آسف.	4.48	0.83	89.66	عالية جداً
٦	أجد صعوبة في إدارة الحوار مع الآخرين.	4.26	0.92	85.11	عالية جداً
٧	أشعر بأن النقاش مع الضيوف أمر لا يجدي نفعاً.	4.03	1.06	80.68	عالية
٨	يتشتت ذهني خلال الحوار مع الضيوف في البرنامج.	4.13	0.84	82.61	عالية
٩	أستمع إلى حديث الآخرين محاولاً فهم ما يقولونه مع إشعارهم بأنني أبذل جهداً في ذلك.	3.18	1.55	63.52	متوسطة
١٠	أقوم بتشجيع الضيف والترحيب والثناء والشكر.	4.57	0.71	91.36	عالية جداً
١١	أستخدم الطرافة والدعابة من وقت لآخر.	3.74	1.00	74.89	عالية

١٢	أتجنب السرعة والبطء في الكلام.	3.73	1.20	74.55	عالية
١٣	أقوم بتكرار بعض الأفكار الهامة التي مرت خلال الحوار.	3.66	1.00	73.18	عالية
١٤	أتغلب على كافة الأمور التي تسبب المقاطعة والتشويش في حديثي مع الطرف الآخر.	4.27	0.82	85.34	عالية جداً
١٥	أقوم بمقاطعة المتحدث بشكل متكرر لإبداء وجهة نظري.	3.88	0.90	77.50	عالية
١٦	أستعين بالأمثلة لتوضيح الفكرة.	3.86	0.90	77.16	عالية
١٧	من الضروري مراعاة عمر ومستوى ثقافة الضيف في الحديث معه.	4.70	0.64	93.98	عالية جداً
١٨	أنهي الحديث بسرعة دون أي تمهيد أو شكر.	4.56	0.80	91.25	عالية جداً
١٩	أعمل دائماً على تقييم حديث المتكلم وأفكاره.	3.58	1.32	71.59	عالية
٢٠	من الضروري عرض الأفكار بشكل منظم.	4.69	0.56	93.75	عالية جداً
	المجموع	4.00	0.95	80.08	عالية

يتضح من الجدول السابق أن المتوسطات الحسابية لإجابات أفراد العينة من الإعلاميين تراوحت بين (٢.٧٠-٤.٧٠) وبلغ المتوسط الحسابي لبنود بعد التواصل اللفظي ككل (٤) والانحراف المعياري (٠.٩٥) وبالمقارنة مع المعيار المعتمد نجد درجة المهارات كانت عالية وخلصت الباحثة من الجدول السابق إلى أن درجة مستوى مهارات التواصل اللفظي لدى الإعلاميين السوريين تراوحت بين (متوسطة، عالية، عالية جداً)، حيث يتبين أن مهارات التواصل اللفظي العالية جداً هي: القدرة على طرح الأسئلة، والتعامل مع الضيوف وإدارة الحوار، وتشجيع الضيف والترحيب به، والتغلب على كافة المعوقات التي تحصل خلال البرنامج، ومراعاة مستوى الضيف، وعرض الأفكار بشكل منظم والقدرة على إنهاء الحديث بشكل مناسب، أما مهارات التواصل اللفظي العالية هي: القدرة على

التعبير والنقاش مع الضيوف، وإدلاء التعليقات المناسبة على حديث الضيف، والتركيز على حديثه، واستخدام روح الدعابة في الوقت المناسب، والحديث بشكل مناسب وتكرار الأفكار الهامة والاستعانة بالأمثلة المناسبة وتقييم حديث المتكلم، أما مهارات التواصل اللفظي المتوسطة هي: التكيف مع التغييرات المفاجئة في البرنامج، والاستماع للضيوف مع بذل الجهد في ذلك، وبهذا نجد أن مهارات التواصل اللفظي لدى الإعلاميين عالية، وهذا ما نجده في الفضائيات والإذاعات السورية، فنلاحظ قدرة الإعلاميين على إدارة الحوار والنقاش مع الضيوف والوصول إلى هدف البرنامج.

البعد الثاني: التواصل غير اللفظي:

الجدول (٢٨) الإحصاء الوصفي لبنود بعد التواصل غير اللفظي

الرقم في الاستبانة	البند	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الوزن النسبي	درجة المهارات
٢١	أستطيع أن أبدو هادئاً في مواقف الغضب والتوتر.	4.11	0.87	82.27	عالية
٢٢	أهتم بالآخرين وأتعاطف معهم.	4.60	0.72	92.05	عالية جداً
٢٣	أهتم بأن يكون مظهري لائقاً.	4.80	0.54	95.91	عالية جداً
٢٤	أفهم مشاعر الآخرين من خلال حركاتهم.	4.13	0.83	82.61	عالية
٢٥	أحاول أن يشعر المتحدث دائماً بأنني مدرك لكل ما يقوله من خلال تواصلي البصري معه.	4.66	0.56	93.18	عالية جداً
٢٦	أفهم التعبيرات غير اللفظية التي تبدو من الطرف الآخر.	4.16	0.75	83.30	عالية
٢٧	أوظف نبرة صوتي لإبراز المعنى.	4.41	0.90	88.18	عالية جداً
٢٨	أزود الضيوف بالتعبيرات والإيماءات الوجهية الدالة على إصغائي لهم.	4.38	0.87	87.50	عالية جداً
٢٩	أستخدم حركات اليدين لإبداء بعض ردود الأفعال خلال حديثي مع ضيوفي.	3.79	1.13	75.80	عالية
٣٠	أجد من الضرورة الحفاظ على مسافة ملائمة بيني وبين	4.41	0.80	88.30	عالية جداً

	متحدثي.				
٣١	أنظر إلى عين المتحدث بشكل متواصل خلال حديثه.	4.34	0.78	86.70	عالية جداً
٣٢	أحرص على اختيار الوقت والمكان اللذين يساعدانني في التفاعل الأفضل مع الآخرين.	4.27	0.80	85.45	عالية جداً
٣٣	أبرز تعبيرات وجهي التي تقول للمتحدث أني مهتم بما يقوله.	4.36	0.86	87.16	عالية جداً
٣٤	أقوم بهز رأسي عند الاستماع للآخرين للتأكيد على ما يقولونه.	4.10	0.99	81.93	عالية
٣٥	أرتبك عند بدء تقديمي لموضوع ما.	4.03	1.19	80.57	عالية
٣٦	أهتم بعامل الوقت عند الحديث لتفادي الملل.	4.44	0.78	88.75	عالية جداً
	المجموع	4.31	0.84	86.23	عالية جداً

يتضح من الجدول السابق أن المتوسطات الحسابية لإجابات أفراد العينة من الإعلاميين تراوحت بين (٣.٧٩-٤.٨٠) وبلغ المتوسط الحسابي لبنود بعد التواصل غير اللفظي ككل (٤.٣١) والانحراف المعياري (٠.٨٤) وبالمقارنة مع المعيار المعتمد نجد درجة مستوى المهارات كانت عالية وخلصت الباحثة من الجدول السابق إلى أن مهارات التواصل غير اللفظي تراوحت بين (عالية، عالية جداً)، مما يدل على ارتفاع درجة مهارات التواصل غير اللفظي لدى الإعلاميين السوريين، حيث تبين أن مهارات التواصل غير اللفظي العالية جدّاً هي: التعاطف مع الآخرين والاهتمام بالمظهر اللائق، والتواصل البصري، وتوظيف نبرة الصوت وتعبيرات الوجه لإبراز المعنى، والحرص على اختيار المكان والزمان المناسبين للتفاعل الأفضل مع الآخرين، والاهتمام بالوقت لتفادي الملل، أما مهارات التواصل غير اللفظي العالية هي: السيطرة على مشاعر الغضب والتوتر وفهم التعبيرات غير اللفظية التي تبدو على الآخرين وفهم مشاعرهم، واستخدام حركات اليدين وهز الرأس لإبداء بعض ردود الأفعال، وتقديم الموضوع بشكل مناسب.

ومما تقدم نجد أن درجة مستوى مهارات التواصل الاجتماعي لدى عينة الدراسة من الإعلاميين السوريين من المذيعين والمذيعات كان عالية إلى عالية جداً، وتفسر الباحثة هذه النّتيجة بأنها مقبولة

وقريبة من الواقع، فالمذيعون والمذيعات على الشّاشات التّلفزيونيّة السّورية، يتمتّعون بمهارات تواصل اجتماعية عالية، من تواصل لفظي وتواصل غير لفظي، فهم يتمتعون بالقدرة على إدارة الحوار، والنقاش مع الضيوف، وتوظيف لغة الجسد في سبيل تحقيق التواصل الفعال، ونجد في أغلب البرامج الحوارية مهارة المذيعين العالية في التواصل مع الضيوف وإدارة الحوار، وإن تمتع المذيعين بمهارات التواصل الاجتماعي يساعدهم في إنجاح الحوار والحصول على المعلومات المطلوبة من الضيوف والسيطرة على كافة المعوقات التي من الممكن أن تحصل، وفهم التعبيرات غير اللفظية التي تصدر من الضيوف، والقدرة على الحديث والنقاش البنّاء، وتشير كابور (٢٠١٠) في دراستها إلى أن الإنسان الاتصالي الناجح، هو الذي تكون لديه مهارات اتصالية، مثل مهارات المحادثة والاستماع والكتابة والقراءة والفهم والتحليل، لتساعده على إنتاج رسالة اتصالية مناسبة في الوقت المناسب. وتمتع المذيع بمهارات التواصل الاجتماعي تجعل المذيع قادراً على فهم الضيف أو الجمهور المشارك في البرنامج من خلال التواصل غير اللفظي عن طريق أداء حركات الجسم من خلال نظرات العين وإيماءات الوجه وهز الرأس واستخدام حركات اليدين وطريقة الجلوس، ونبرة الصوت، ومن خلال التواصل اللفظي مثل طرح الأسئلة عن لسان الجمهور، والتأكيد على الأفكار الهامة، والاستفسار عن شيء غير واضح واختيار الوقت المناسب لمقاطعة الضيف أو لإثارة تساؤل جديد(البطريق وعبد الغفار،٢٠٠٥، ٦٨-٧٠). فالأفراد الذين لديهم مهارات تواصل اجتماعية يمكنهم اختيار المهارات التواصلية المناسبة لموقف ما واستخدامها الاستخدام الصحيح(بطاينة والجراح، ٢٠١١، ٢٥٦). فعلى المذيع أن يعتني بطريقة طرحه للأفكار بطريقة جيدة، وأن يهتم بلغته وأن يكون أداؤه الصوتي في الإلقاء مُقنعاً للجمهور، وأن يعدّ بشكل جيد للعمل(أبو عرقوب، ٢٠١٣، ٣٦). وتتفق هذه النتيجة مع دراسة المحتسب (٢٠١١)، التي توصلت إلى أن درجة مستوى مهارات التواصل الاجتماعي لدى الإعلاميين عالية.

٢. ما مستوى الأداء الوظيفي لدى عينة الإعلاميين؟

لتحديد درجة مستوى الأداء الوظيفي لدى الإعلاميين، تم إعطاء إجابات الإعلاميين على مقياس الأداء الوظيفي قيماً متدرجة وفقاً لمقياس ليكرت خماسي كما هو موضح في تصحيح المقياس وتم حساب طول الفئة على النحو الآتي:

- حساب المدى وذلك بطرح أكبر قيمة في المقياس من أصغر قيمة (٥-١=٤).
- حساب طول الفئة وذلك بتقسيم المدى وهو (٤) على عدد الفئات (٥)

٤ ÷ ٥ = ٠.٨ (طول الفئة).

إضافة طول الفئة وهو (٠.٨) إلى أصغر قيمة في المقياس وهي (١)، وذلك للحصول على الفئة الأولى، لذا كانت الفئة الأولى (من ١ إلى ١.٨)، ثم إضافة طول الفئة إلى الحد الأعلى من الفئة الأولى، وذلك للحصول على الفئة الثانية وهكذا للوصول إلى الفئة الأخيرة.

واستناداً إلى قاعدة التقريب الرياضي يمكن التعامل مع قيم المتوسطات الحسابية لإجابات الإعلاميين كما هو مبين في الجدول الآتي:

الجدول (٢٩) يبين فئات قيم المتوسط الحسابي(الرتبي) ودرجة الأداء الموافقة لها

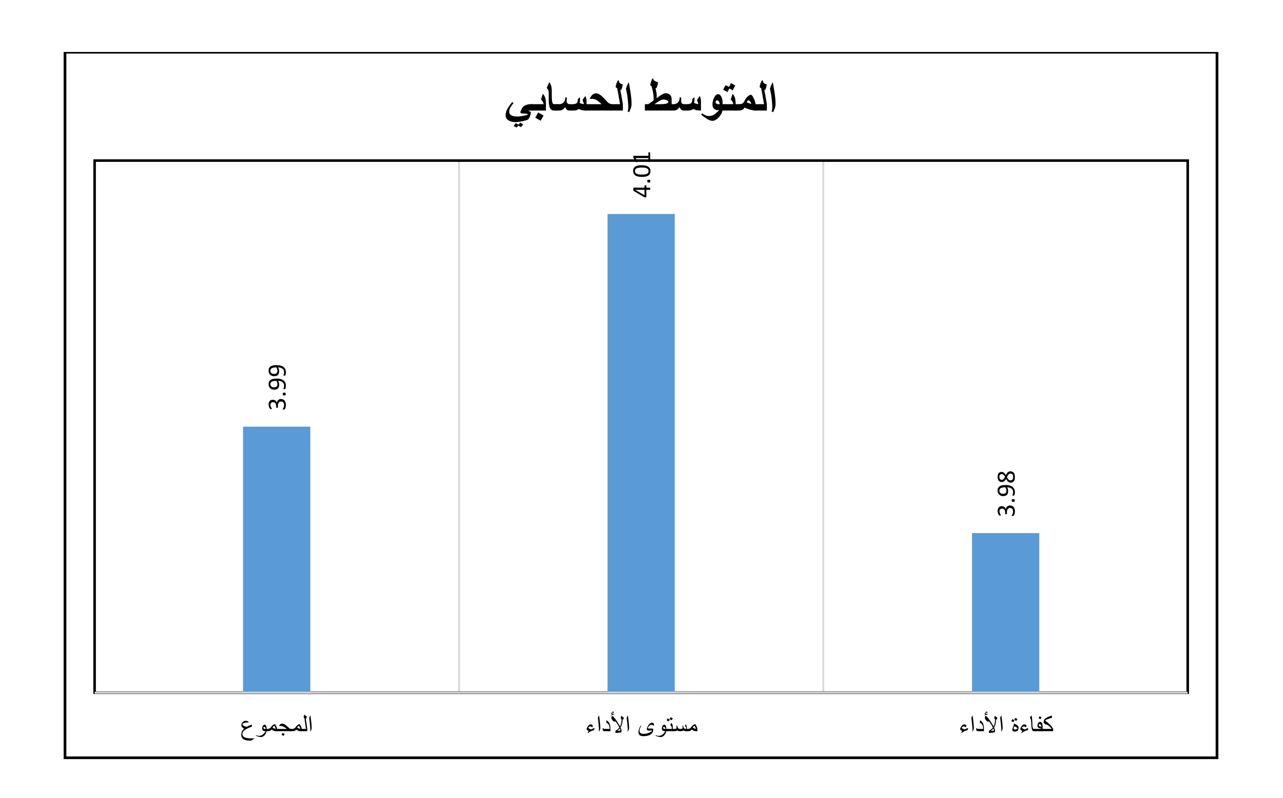
فئات قيم المتوسط الحسابي	درجة الأداء
من ١ –١.٨	**منخفضة جداً**
أكبر من ١.٨ – ٢.٦	**منخفضة**
أكبر من ٢.٦ – ٣.٤	**متوسطة**
أكبر من ٣.٤ – ٤.٢	**عالية**
أكبر من ٤.٢ – ٥	**عالية جداً**

للتحقق من سؤال البحث تمَّ حساب المتوسطات الحسابية، والانحرافات المعيارية، والوزن النسبي لدرجات الإعلاميين على مقياس الأداء الوظيفي وأبعاده الفرعية كما هو موضح في الجدول (٣٠).

الجدول (٣٠)الإحصاء الوصفي لإجابات الإعلاميين على الدرجة الكلية لمقياس الأداء الوظيفي وأبعاده الفرعية.

	البعد	عدد البنود	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الوزن النسبي	درجة الأداء

1	**كفاءة الأداء**	١٦	**3.98**	**0.91**	**79.57**	عالية
2	**مستوى الأداء**	١٣	**4.01**	0.93	80.19	عالية
المجموع الكلي		٢٩	3.99	0.92	79.88	عالية



<u>**البعد الأول: كفاءة الأداء:**</u>

للوصول إلى معرفة أدق في مستوى الأداء الوظيفي لدى الإعلاميين قامت الباحثة بحساب المتوسط الحسابي والانحراف المعياري والوزن النسبي لكل بند من بنود المقياس وتحديد درجة الأداء، كما موضّح في الجداول الآتية:

الجدول (٣١)الإحصاء الوصفي لبنود بعد كفاءة الأداء

الرقم في الاستبانة	البند	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الوزن النسبي	درجة الأداء
١	من واجبات الإعلامي الالتزام بالتعليمات المنظمة للعمل.	4.60	0.62	91.93	عالية جداً
٢	ألاحظ أن الإعلامي ينجز عمله ضمن الوقت المتوقع والمخطط له.	3.68	0.95	73.52	عالية
٣	أنفذ عملي بالطريقة نفسها منذ بدأت في العمل.	2.93	1.38	58.64	متوسطة
٤	أعتقد أن الإعلامي ينفذ الأعمال المطلوبة منه بكفاءة عالية.	3.41	0.92	68.30	عالية
٥	أستغرق وقتاً أطول من اللازم لإنجاز أعمالي.	3.39	1.12	67.84	متوسطة
٦	أعتقد أن التخطيط المسبق لأي عمل هو السبيل للنتائج الأفضل.	4.63	0.63	92.61	عالية جداً
٧	يتحمل الإعلامي مسؤوليات كثيرة.	4.67	0.70	93.41	عالية جداً
٨	من الضروري استشارة زملائي في الأمور التي أجهلها في العمل.	4.15	0.91	82.95	عالية
٩	أناقش زملائي بهدف تحسين الأداء.	4.02	0.98	80.45	عالية
١٠	أعتقد بأن الإعلامي قادر على تحليل الأحداث الجارية.	3.93	0.88	78.64	عالية
١١	أشعر بأن الإعلامي بحاجة إلى تعلم أشياء جديدة في مجال عمله.	4.86	0.46	97.16	عالية جداً

١٢	أملك الوقت الكافي لأقرأ بعض المؤلفات حول مجال عملي.	3.73	1.06	74.66	عالية
١٣	أراجع عملي السابق وأستفيد من أخطائي فيه.	4.12	1.06	82.39	عالية
١٤	التحضير لموضوع سأناقشه في برنامج ما، يحتاج مني إلى وقت طويل.	3.54	1.06	70.80	عالية
١٥	أعمل على التركيز على نقاط القوة التي أمتلكها وتوظيفها في العمل.	4.52	0.68	90.34	عالية جداً
١٦	أقوم باتباع دورات في مجال الإعلام.	3.47	1.11	69.43	عالية
	المجموع	3.98	0.91	79.57	عالية

يتضح من الجدول السابق أن المتوسطات الحسابية لإجابات أفراد العينة من الإعلاميين تراوحت بين (٢.٩٣-٤.٨٦) وبلغ المتوسط الحسابي لبنود بعد كفاءة الأداء ككل (٣.٩٨) والانحراف المعياري (٠.٩١) وبالمقارنة مع المعيار المعتمد نجد درجة مستوى الأداء كانت عالية وخلصت الباحثة من الجدول السابق إلى أن الإعلاميين السوريين من المذيعين والمذيعات يتمتعون بكفاءة عالية من الأداء، حيث تراوحت درجة الاداء الوظيفي بين (متوسطة إلى عالية جداً)، حيث تبين أن كفاءة الأداء كانت عالية جداً في الالتزام بالتعليمات المنظمة للعمل والتخطيط المسبق للعمل وتحمل المسؤوليات، والتركيز على نقاط القوة وتعلم أشياء جديدة في مجال الإعلام، وكانت كفاءة الأداء عالية في إنجاز الأعمال في الوقت المحدد لها، وتنفيذ الأعمال بكفاءة عالية، ومناقشة واستشارة الزملاء في سبيل تطوير العمل، ومراجعة العمل السابق والاستفادة من الأخطاء، والتحضير لموضوع البرنامج والقدرة على تحليل الأحداث، وضرورة اتباع دورات تدريبية في مجال الإعلام، وكانت كفاءة الأداء متوسطة في إنجاز العمل بطرق جديدة، وبهذا يتبين أن كفاءة الأداء لدى الإعلاميين عالية، وهذا ما وجدته الباحثة من خلال جولتها في الهيئة العامة للإذاعة والتلفزيون، من كفاءة عالية في

إنجاز الإعمال وتحمل المسؤوليات الكثيرة والتواصل الفعال بين الأقسام في الهيئة العامة للإذاعة والتلفزيون، والتحضير الجيد للبرامج الإذاعية والتلفزيونية.

البعد الثاني: مستوى الأداء:

الجدول (٣٢) الإحصاء الوصفي لبنود بعد مستوى الأداء

الرقم في الاستبانة	البند	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الوزن النسبي	درجة الأداء
١٧	من مهام الإعلامي التعرف على احتياجات الجمهور وحل مشاكلهم.	4.49	0.90	89.77	عالية جداً
١٨	أجد أن الإعلامي قادر على إنجاز الأعمال في الحالات الطارئة.	4.10	0.86	82.05	عالية
١٩	أعتقد أن الإعلامي بحاجة إلى تطوير قدراته على إدارة الحوار.	4.64	0.64	92.84	عالية جداً
٢٠	أملك الوقت الكافي للتفكير في حلول للمشاكل التي تواجهني في العمل.	3.91	0.94	78.18	عالية
٢١	أكره العمل في الظروف الصعبة (أمنية، مناخية).	3.24	1.47	64.77	متوسطة
٢٢	أتلقى المديح والثناء على أدائي.	3.59	1.07	71.70	عالية
٢٣	أستفيد من الخبرات السابقة لتحسين أدائي.	4.35	0.93	86.93	عالية جداً
٢٤	من الضروري ربط التكنولوجيا الحديثة بالعمل.	4.74	0.50	94.89	عالية جداً

٢٥	تجمعني علاقات محبة وتعاون مع زملائي في العمل.	4.35	0.82	86.93	عالية جداً
٢٦	أستفيد من التجارب السابقة في سبيل تطوير أدائي.	4.40	0.79	88.07	عالية جداً
٢٧	يوجد تواصل جيد بيني وبين الإدارة.	4.05	1.13	80.91	عالية
٢٨	تلقى البرامج الإعلامية السورية مشاهدة عالية.	2.85	0.97	57.05	متوسطة
٢٩	أملك الوقت الكافي لمساعدة الزملاء الإعلاميين.	3.42	1.03	68.41	عالية
المجموع		4.01	0.93	80.19	عالية

يتضح من الجدول السابق أن المتوسطات الحسابية لإجابات أفراد العينة من الإعلاميين تراوحت بين (٢.٨٥-٤.٧٤) وبلغ المتوسط الحسابي لبنود بعد مستوى الأداء ككل (٤.٠١) والانحراف المعياري (٠.٩٣) وبالمقارنة مع المعيار المعتمد نجد درجة مستوى الأداء كانت عالية وخلصت الباحثة من الجدول السابق إلى أن مستوى الأداء الوظيفي لدى الإعلاميين السوريين من المذيعين والمذيعات كان عالياً، حيث تراوحت درجة مستوى الأداء بين(المتوسطة إلى العالية جداً)، حيث تبين أن مستوى الأداء العالي جداً كان في: التعرف على احتياجات الجمهور، وإدارة الحوار والاستفادة من الخبرات والتجارب السابقة لتحسين الأداء، وربط التكنولوجيا بالعمل والتعاون مع الزملاء، وتبين مستوى الأداء العالي في: إنجاز الأعمال في الحالات الطارئة، وحل المشكلات في العمل، والتواصل الجيد مع الإدارة، وكان مستوى الأداء متوسط في: العمل في الظروف الصعبة، ونسبة المشاهدة للبرامج الإعلامية السورية متوسطة.

ومما سبق يتضح أن درجة مستوى الأداء الوظيفي لدى عينة الدراسة من الإعلاميين السوريين من المذيعات والمذيعين عالية، وتفسر الباحثة هذه النتيجة بأن توفر مهارات التواصل الاجتماعي بدرجة عالية لدى المذيعين يؤدي إلى ارتفاع درجة الأداء الوظيفي، ويظهر أداؤهم العالي في البرامج التلفزيونية، حيث نجد المذيعين في كافة الأوقات يؤدون عملهم بفعالية وكفاءة عالية، وأكبر دليل

على ذلك دخول مذيعتي قناة تلاقي في موسوعة غينيس، لأدائهما العالي الذي استمر لأيام متواصلة دون تعب، وكان أداؤهما يتميّز بالمهارة العالية في الحوار والنقاش مع الضيوف، فأداء المذيعين العالي يكون نتيجة التحضير الجيد والخبرة والثقافة، كما ذكر القادري وحرب (٢٠٠٢) أن من عوامل النجاح في العمل الإعلامي: التحضير الجيد للعمل وسرعة المبادرة والتدريب المستمر والثقافة الواسعة والخبرة، وتشابهت هذه النتيجة مع دراسة فكري (٢٠١٤) التي توصلت إلى ارتفاع مستوى الأداء الوظيفي لدى القائمين بالاتصال في المواقع الالكترونية الإخبارية، حيث يرتفع الأداء كلما كانت العلاقات إيجابية بين الزملاء، واختلفت هذه النتيجة مع دراسة دوله واشتيوي (٢٠٠٦) التي توصلت إلى ضعف الأداء المهني لدى القائمين بالاتصال في المواقع الإلكترونية الإخبارية؛ قد يعود ذلك إلى اختلاف عينة الدراسة، عن عينة الدراسة الحالية، وقلة التدريب المهني لهؤلاء الإعلاميين.

عرض النتائج المتعلقة بفرضيات الدراسة وتحليلها:

الفرضية الأولى: لا توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين مهارات التواصل الاجتماعي والأداء الوظيفي لدى عينة البحث من الإعلاميين.

للتحقق من هذه الفرضية قامت الباحثة بحساب معامل ارتباط بيرسون بين درجات أفراد عينة البحث على أبعاد مقياس مهارات التواصل الاجتماعي والدرجة الكلية له وبين أبعاد مقياس الأداء الوظيفي والدرجة الكلية له، والنتائج موضحة في الجدول التالي:

الجدول التالي (٣٣) معاملات ارتباط بيرسون بين درجات أفراد عينة البحث على أبعاد مقياس مهارات التواصل الاجتماعي والدرجة الكلية له وبين أبعاد مقياس الأداء الوظيفي والدرجة الكلية له

أبعاد مقياس مهارات التواصل الاجتماعي	أبعاد مقياس الأداء الوظيفي		الدرجة الكلية
	كفاءة الأداء	مستوى الأداء	
التواصل اللفظي	0.751**	0.686**	0.775**
التواصل غير اللفظي	0.698**	0.627**	0.714**

الدرجة الكلية	0.774**	0.701**	0.795**
عدد أفراد العينة	176	176	176

(**) دال عند مستوى دلالة 0.01 (*) دال عند مستوى دلالة 0.05

بالنظر إلى النتائج التي تظهر في الجدول (٣٣) يلاحظ بأن قيمة معامل ارتباط (بيرسون) بين درجات أفراد العينة على أبعاد مقياس مهارات التواصل الاجتماعي ودرجته الكلية وبين درجاتهم على أبعاد مقياس الأداء الوظيفي ودرجته الكلية قد تراوحت بين (٠.٧٩٥) وبين (٠.٧٢٧)، وهي جميعها دالة عند مستوى دلالة (٠.٠١) وهذه العلاقة الارتباطية الدالة احصائياً هي علاقة موجبة أي أن مهارات التواصل الاجتماعي يتأثر أيجاباً بالأداء الوظيفي فإذا زادت مهارات التواصل الاجتماعي لدى الفرد ازداد الأداء الوظيفي لديه، والعكس صحيح، أظهرت النتائج وجود علاقة ارتباطية إيجابية ذات دلالة إحصائية بين مهارات التواصل الاجتماعي والأداء الوظيفي لدى أفراد عينة الدراسة، وهذه العلاقة الارتباطية الدالة احصائياً هي علاقة موجبة أي أن مهارات التواصل الاجتماعي تتأثر أيجاباً بالأداء الوظيفي فإذا زادت مهارات التواصل الاجتماعي لدى الفرد ازداد الأداء الوظيفي لديه، والعكس صحيح، وتعد هذه النتيجة منطقية ومقبولة فالمذيع الذي يملك مهارات التواصل الاجتماعي، كمهارة المحادثة والاستماع والإقناع وفهم التعبيرات غير اللفظية واستخدام حركات الجسد لتوصيل المعنى والأداء الصوتي الجيد، وتوظيف هذه المهارات في الأداء يؤدّي إلى ارتفاع درجة الأداء الوظيفي لديه، فمهارات التواصل الاجتماعي تؤثر في الأداء الوظيفي وهذا ما أكده كل من إليوت وآخرون(Elliott et al, 2001) أن مهارات التواصل الاجتماعية تعد عاملاً مؤثراً في قيام الفرد بالوظيفة الأكاديمية. كما أن التواصل يحسن إنتاجية وفعالية العمل فالحصول على المعلومات يخلق الدافعية والرضا عند العاملين الشيء الذي يدفعهم إلى تقديم مردودية جيدة تساعد على فعالية المنظمة (الدين، ٢٠٠٩، ٥٨).

فمن الضروري أن يمتلك الفرد مهارات التواصل الاجتماعي حتى يعتبر أداؤه عالياً وذا كفاءة تواصلية فقد أشار جريشام وسوغي وهورنر (Gresham, Sugai& Horner, 2001) أن مهارات التواصل الاجتماعي والكفاءة التواصلية مترابطتان، فمهارات التواصل الاجتماعي سلوكيات يجب

تدريسها وتعلمها وأداؤها في مواقف معينة، في حين تمثل الكفاءة التواصلية الأحكام والتقييمات لهذه السلوكيات في مواقف معينة (الجهني، ٢٠١٣، ٤١).

وقد تشابهت هذه النتيجة مع دراسة هوكوارتر وآخرون (Hochwarter et al,2006) التي توصلت إلى وجود علاقة ارتباطية موجبة بين المهارات الاجتماعية والأداء الوظيفي، مما يؤكد صدق النتيجة الحالية وتشابهت مع دراسة ماتن وآخرين(matin et al., 2010) التي توصلت إلى أنه كان لمهارة بناء الفريق علاقة ذات دلالة إحصائية مع الالتزام التنظيمي، وتشابهت مع دراسة الدين (٢٠٠٩) التي توصلت إلى وجود علاقة موجبة متوسطة بين الاتصال التنظيمي والأداء الوظيفي.

الفرضية الثانية: لا توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين مهارات التواصل الاجتماعي والأداء الوظيفي لدى العينة تبعاً لمتغير الجنس.

للتحقق من هذه الفرضية قام الباحث بحساب معامل ارتباط بيرسون بين درجات أفراد عينة البحث على أبعاد مقياس مهارات التواصل الاجتماعي والدرجة الكلية له وبين أبعاد مقياس الأداء الوظيفي والدرجة الكلية له تبعاً لمتغير الجنس، والنتائج موضحة في الجدولين رقم(٣٤) و(٣٥):

الجدول التالي (٣٤) معاملات ارتباط بيرسون بين درجات أفراد عينة البحث الذكور على أبعاد مقياس مهارات التواصل الاجتماعي والدرجة الكلية له وبين أبعاد مقياس الأداء الوظيفي والدرجة الكلية له

أبعاد مقياس مهارات التواصل الاجتماعي	أبعاد مقياس الأداء الوظيفي		الدرجة الكلية
	كفاءة الأداء	مستوى الأداء	
التواصل اللفظي	0.670**	0.602**	0.675**
التواصل غير اللفظي	0.673**	0.628**	0.692**
الدرجة الكلية	0.719**	0.657**	0.731**
عدد أفراد العينة	62	62	62

(**) دال عند مستوى دلالة 0.01 (*) دال عند مستوى دلالة 0.05

الجدول التالي (٣٥) معاملات ارتباط بيرسون بين درجات أفراد عينة البحث الإناث على أبعاد مقياس مهارات التواصل الاجتماعي والدرجة الكلية له وبين أبعاد مقياس الأداء الوظيفي والدرجة الكلية له

أبعاد مقياس مهارات التواصل الاجتماعي	أبعاد مقياس الأداء الوظيفي		الدرجة الكلية
	كفاءة الأداء	مستوى الأداء	
التواصل اللفظي	0.786**	0.722**	0.813**
التواصل غير اللفظي	0.704**	0.626**	0.718**
الدرجة الكلية	0.795**	0.720**	0.817**
عدد أفراد العينة	114	114	114

(**) دال عند مستوى دلالة 0.01 (*) دال عند مستوى دلالة 0.05

بالنظر إلى النتائج التي تظهر في الجدولين (٣٤. ٣٥) يلاحظ بأن قيمة معامل ارتباط (بيرسون) بين درجات أفراد العينة الذكور والإناث على أبعاد مقياس مهارات التواصل الاجتماعي ودرجته الكلية وبين درجاتهم على أبعاد مقياس الأداء الوظيفي ودرجته الكلية قد أظهرت نتائج مطابقة لنتائج العلاقة بين أبعاد مقياس مهارات التواصل الاجتماعي ودرجته الكلية وبين أبعاد مقياس الأداء الوظيفي ودرجته الكلية لدى افراد العينة الدراسة ككل، حيث تبين من الجدولين (٣٤-٣٥) وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية موجبة بين مهارات التواصل الاجتماعي وبين الأداء الوظيفي فإذا زادت مهارات التواصل الاجتماعي لدى الفرد ازداد الأداء الوظيفي لديه، والعكس صحيح. وتفسر الباحثة هذه النتيجة بأنه كلما ارتفعت درجة مهارات التواصل الاجتماعي لدى الذكور والإناث من أفراد عينة الدراسة، ارتفعت درجة الأداء الوظيفي لديهم، وكلما انخفضت درجة مهارات التواصل الاجتماعي لدى الذكور والإناث من أفراد عينة الدراسة، انخفضت درجة الأداء الوظيفي لديهم، حيث

تعتبر مهارات التواصل الاجتماعي بالنسبة للمذيعين الذكور والإناث ذات أهمية كبيرة للعمل الإعلامي، فارتفاع درجة مهارات التواصل الاجتماعي لدى كل من الذكور والإناث من المذيعين كالقدرة على التحدث وسلامة اللغة وصحّتها والإنصات الجيّد والإقناع وتوظيف نبرة الصوت وحركات الجسد لإيصال المعنى، يؤدي هذا إلى ارتفاع درجة الأداء الوظيفي، من خلال قيام المذيعين من الذكور والإناث بعملهم بشكل متقن والتخطيط والتفكير للعمل و إنجازه على أحسن وجه وهذا بدوره يؤدي إلى نجاح البرنامج الإعلامي.

وقد حدد ادواردر(Edward, 2008) بعض العوامل التي تسهم في نجاح التواصل وهي: استخدام الأسئلة المناسبة، والتواصل البصري أثناء التفاعل مع الآخرين والتركيز أثناء التواصل على السلوك والهدف وليس على الشخص، والاستماع النشط والحفاظ على الثقة بالنفس، ومن هنا فإن نجاح المقدم التلفزيوني من الذكور والإناث في بعث رسالته لجمهور المتلقين بطريقة صحيحة بحيث يحقق من خلالها هدف عملية الاتصال، يتطلب تمتعه بمهارات التواصل الاجتماعي من حيث قدرته على التحكم بحركاته وإيماءاته وطريقة كلامه ونظراته والكثير من لغة جسده (عابد،٢٠٠٩، ٤).

الفرضية الثالثة: لا توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين مهارات التواصل الاجتماعي والأداء الوظيفي لدى العينة تبعاً لمتغير سنوات العمل.

للتحقق من هذه الفرضية قامت الباحثة بحساب معامل ارتباط بيرسون بين درجات أفراد عينة البحث على أبعاد مقياس مهارات التواصل الاجتماعي والدرجة الكلية له وبين أبعاد مقياس الأداء الوظيفي والدرجة الكلية له تبعاً لمتغير سنوات العمل، والنتائج موضحة في الجداول رقم (٣٦. ٣٧. ٣٨. ٣٩):

الجدول التالي (٣٦) معاملات ارتباط بيرسون بين درجات أفراد عينة البحث ممن لديهم سنوات عمل أقل من عشر سنوات على أبعاد مقياس مهارات التواصل الاجتماعي والدرجة الكلية له وبين أبعاد مقياس الأداء الوظيفي والدرجة الكلية له

أبعاد مقياس مهارات التواصل	أبعاد مقياس الأداء الوظيفي	الدرجة الكلية

الاجتماعي	كفاءة الأداء	مستوى الأداء	
التواصل اللفظي	0.763**	0.667**	0.774**
التواصل غير اللفظي	0.735**	0.557**	0.701**
الدرجة الكلية	0.804**	0.659**	0.793**
عدد أفراد العينة	101	101	101

(**) دال عند مستوى دلالة 0.01 (*) دال عند مستوى دلالة 0.05

الجدول التالي(٣٧) معاملات ارتباط بيرسون بين درجات أفراد عينة البحث ممن لديهم سنوات عمل من ١٠ إلى أقل من ٢٠ سنة على أبعاد مقياس مهارات التواصل الاجتماعي والدرجة الكلية له وبين أبعاد مقياس الأداء الوظيفي والدرجة الكلية له

أبعاد مقياس مهارات التواصل الاجتماعي	أبعاد مقياس الأداء الوظيفي		الدرجة الكلية
	كفاءة الأداء	مستوى الأداء	
التواصل اللفظي	0.230*	0.432**	0.403*
التواصل غير اللفظي	0.350**	0.563**	0.342*
الدرجة الكلية	0.115**	0.543**	0.411*
عدد أفراد العينة	40	40	40

(**) دال عند مستوى دلالة 0.01 (*) دال عند مستوى دلالة 0.05

الجدول التالي(٣٨) معاملات ارتباط بيرسون بين درجات أفراد عينة البحث ممن لديهم سنوات عمل من ٢٠ إلى أقل من ٣٠ سنة على أبعاد مقياس مهارات التواصل الاجتماعي والدرجة الكلية له وبين أبعاد مقياس الأداء الوظيفي والدرجة الكلية له

أبعاد مقياس مهارات التواصل الاجتماعي	أبعاد مقياس الأداء الوظيفي		الدرجة الكلية
	كفاءة الأداء	مستوى الأداء	
التواصل اللفظي	0.745**	0.404	0.588**
التواصل غير اللفظي	0.793**	0.691**	0.782**
الدرجة الكلية	0.783**	0.510**	0.669**
عدد أفراد العينة	19	19	19

(**) دال عند مستوى دلالة 0.01 (*) دال عند مستوى دلالة 0.05

الجدول التالي (٣٩) معاملات ارتباط بيرسون بين درجات أفراد عينة البحث ممن لديهم سنوات عمل أكثر من ٣٠ سنة على أبعاد مقياس مهارات التواصل الاجتماعي والدرجة الكلية له وبين أبعاد مقياس الأداء الوظيفي والدرجة الكلية له

أبعاد مقياس مهارات التواصل الاجتماعي	أبعاد مقياس الأداء الوظيفي		الدرجة الكلية
	كفاءة الأداء	مستوى الأداء	
التواصل اللفظي	0.915**	0.903**	0.958**
التواصل غير اللفظي	0.902**	0.833**	0.913**
الدرجة الكلية	0.939**	0.903**	0.971**
عدد أفراد العينة	16	16	16

(**) دال عند مستوى دلالة 0.01   (*) دال عند مستوى دلالة 0.05

بالنظر إلى النتائج التي تظهر في الجداول السابقة يلاحظ بأن دراسة العلاقة بين مهارات التواصل الاجتماعي وأبعاده والأداء الوظيفي وأبعاده لدى مستويات متغير سنوات العمل قد أظهرت نتائج مطابقة إلى حد ما مع نتائج العلاقة بين أبعاد مقياس مهارات التواصل الاجتماعي ودرجته الكلية وبين أبعاد مقياس الأداء الوظيفي ودرجته الكلية لدى افراد عينة الدراسة ككل، حيث تبين من الجداول السابقة وجود علاقة ارتباطية موجبة بين مهارات التواصل الاجتماعي وبين الأداء الوظيفي فإذا زادت مهارات التواصل الاجتماعي لدى الفرد ازداد الأداء الوظيفي لديه، والعكس صحيح، وتفسر الباحثة هذه النتيجة بأنه كلما ارتفعت درجة مهارات التواصل الاجتماعي لدى أفراد عينة الدراسة، ارتفعت درجة الأداء الوظيفي لديهم، وكلما انخفضت درجة مهارات التواصل الاجتماعي لدى أفراد عينة الدراسة، انخفضت درجة الأداء الوظيفي لديهم تبعاً لمتغير سنوات العمل، ومهما كانت خبرة المذيع في المجال الإعلامي فإن لمهارات التواصل الاجتماعي تأثيراً في الأداء الوظيفي، والعكس صحيح.

"ويذكر Riggio et al (2003) أن مهارات التواصل الاجتماعي تلعب دوراً ناجعاً في تحديد نجاح الأداء في العمل"، فمن خلال التواصل الجيد هناك مزايا كبيرة يمكن تحقيقها في مجال العمل والأداء، ومنها: تعزيز شبكة واسعة من العلاقات الاجتماعية التي تتميز بالثقة وحسن النية والتعامل بالمثل، والعاملين الذين يتمتعون بمهارات التعامل مع الآخرين يحافظون على علاقات جيدة مع المؤسسين للعمل وهم أكثر عرضة، لتلقي رفع الأجور وزيادة الترقيات (Hargie,2011,p3-17).

ويشير عابد (٢٠٠٩) في دراسته إلى أن المقدّم التلفزيوني يحتاج إلى مهارات عالية، بعضها يمكن اكتسابه بالتدريب بينما البعض لا يمكن اكتسابه، إذ من الممكن التدريب على فنون الحوار، ومناقشة الموضوعات العلمية والاقتصادية والرياضية وحتى الإخبارية، وكل ذلك يسهم في صنع المقدم المحاور وتكوينه في البرامج العامة. ولهذا مهما كانت خبرة العمل لدى المذيعين، فإنه كلما زادت مهارات التواصل الاجتماعي لديهم، ازداد الأداء الوظيفي، والعكس صحيح، فمن الأمور المهمة بالنسبة للمقدم التلفزيوني محاولته الدخول بعمق في شخصيات الضيوف، حتى يصل في النهاية إلى علاقة لطيفة، من أجل تحقيق انسجام بين المقدم والحضور، وهذا بالتالي يؤدي إلى نجاح البرنامج التلفزيوني" وهذا ما تؤكده دراسة العلاوين (٢٠٠٩) بأنه يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة(٠،٠١) لاستخدام تكنولوجيا الاتصال في مجال كفاءة الأداء.

الفرضية الرابعة: لا توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين مهارات التواصل الاجتماعي والأداء الوظيفي لدى العينة تبعاً لمتغير العمل الإعلامي (الإذاعة، التلفاز).

للتحقق من هذه الفرضية قامت الباحثة بحساب معامل ارتباط بيرسون بين درجات أفراد عينة البحث على أبعاد مقياس مهارات التواصل الاجتماعي والدرجة الكلية له وبين أبعاد مقياس الأداء الوظيفي والدرجة الكلية له تبعاً لمتغير العمل الإعلامي، والنتائج موضحة في الجدولين رقم (٤٠. ٤١):

الجدول التالي (٤٠) معاملات ارتباط بيرسون بين درجات أفراد عينة البحث ممن يعملون في التلفاز على أبعاد مقياس مهارات التواصل الاجتماعي والدرجة الكلية له وبين أبعاد مقياس الأداء الوظيفي والدرجة الكلية له

أبعاد مقياس مهارات التواصل الاجتماعي	أبعاد مقياس الأداء الوظيفي		الدرجة الكلية
	كفاءة الأداء	مستوى الأداء	
التواصل اللفظي	0.653**	0.599**	0.687**
التواصل غير اللفظي	0.631**	0.560**	0.653**
الدرجة الكلية	0.691**	0.624**	0.721**
عدد أفراد العينة	142	142	142

(**) دال عند مستوى دلالة 0.01 (*) دال عند مستوى دلالة 0.05

الجدول التالي (٤١) معاملات ارتباط بيرسون بين درجات أفراد عينة البحث ممن يعملون في الإذاعة على أبعاد مقياس مهارات التواصل الاجتماعي والدرجة الكلية له وبين أبعاد مقياس الأداء الوظيفي والدرجة الكلية له

أبعاد مقياس مهارات التواصل الاجتماعي	أبعاد مقياس الأداء الوظيفي		الدرجة الكلية
	كفاءة الأداء	مستوى الأداء	

التواصل اللفظي	**0.893****	**0.834****	**0.908****
التواصل غير اللفظي	**0.830****	**0.756****	**0.835****
الدرجة الكلية	**0.899****	**0.831****	**0.910****
عدد أفراد العينة	**34**	**34**	**34**

(**) دال عند مستوى دلالة 0.01 (*) دال عند مستوى دلالة 0.05

بالنظر إلى النتائج التي تظهر في الجدولين (٤٠ـ ٤١) يلاحظ بأن قيمة معامل ارتباط (بيرسون) بين درجات أفراد العينة ممن يعملون في الإذاعة وممن يعملون في التلفاز على أبعاد مقياس مهارات التواصل الاجتماعي ودرجته الكلية وبين درجاتهم على أبعاد مقياس الأداء الوظيفي ودرجته الكلية قد أظهرت نتائج مطابقة لنتائج العلاقة بين أبعاد مقياس مهارات التواصل الاجتماعي ودرجته الكلية وبين أبعاد مقياس الأداء الوظيفي ودرجته الكلية لدى أفراد عينة الدراسة ككل، حيث تبين من الجدولين (٤٠-٤١) وجود علاقة ارتباطية موجبة ذات دلالة إحصائية بين مهارات التواصل الاجتماعي وبين الأداء الوظيفي فإذا زادت مهارات التواصل الاجتماعي لدى الفرد ازداد الأداء الوظيفي لديه، والعكس صحيح، وتفسر الباحثة هذه النتيجة بأنه كلما ارتفعت درجة مهارات التواصل الاجتماعي لدى أفراد عينة الدراسة من المذيعين في الإذاعة والتلفزيون، ارتفعت درجة الأداء الوظيفي لديهم، وكلما انخفضت درجة مهارات التواصل الاجتماعي لدى أفراد عينة الدراسة من المذيعين في الإذاعة والتلفزيون ، انخفضت درجة الأداء الوظيفي لديهم.

فعلى المذيع في البرامج الإذاعية والتلفزيونية أن يتمتع بمهارات تواصل جيدة تمكن المذيع من تبسيط المعاني ونقلها بسهولة إلى جمهور المستمعين والمشاهدين، والقدرة على التفاعل الجيد مع ضيوف البرنامج(البطريق وعبد الغفار، ٢٠٠٥، ٤٦).

فكلما ازدادت مهارات التواصل الاجتماعي لدى المذيعين في الإذاعة والتلفزيون، ازداد مستوى أدائهم الوظيفي، فالتواصل الناجح والفعال لا يمكن أن يتحقق للمقدم إلّا إذا كانت له شخصيته المميزة تتضح وتتجلى من خلال أسلوبه في عرض رسائله وتقديمها بشكل واضح وشيّق، يجذب

المشاهدين والمستمعين من خلال مهاراته التواصلية: كالقدرة على التحدث والإصغاء الجيد وطرح أسئلته بوضوح ولباقة وإخذ المعلومات اللازمة من الضيوف، فكلما ازدادت هذه المهارات ارتفع مستوى الأداء الإعلامي للمذيعين في الإذاعة والتلفزيون حيث أشارت دراسة الجهني (٢٠١٣) إلى أهمية مهارات التواصل الاجتماعي من حيث تأثيرها على جودة الحياة الشخصية والمهنية والاجتماعية.

الفرضية الخامسة: لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسّطاتِ درجاتِ أفرادِ عيّنةِ البحثِ على مقياسِ مهارات التواصل الاجتماعي تُعزى لمتغّيرِ الجنسِ.

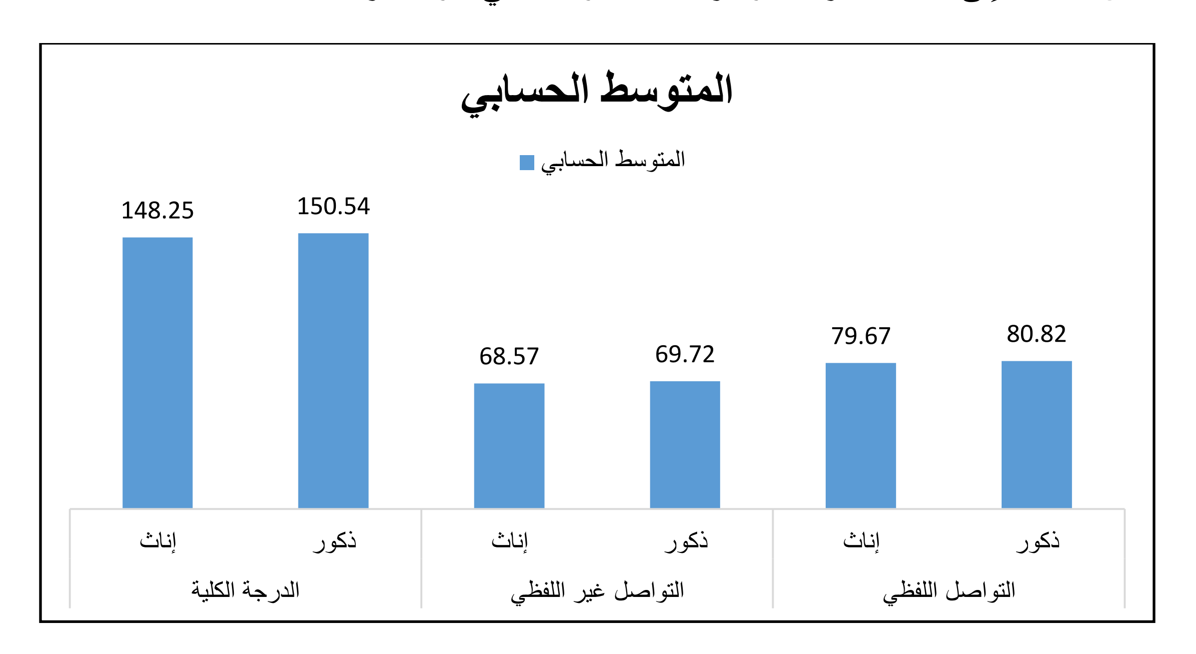
للإجابة عن هذه الفرضية تم استخدام اختبار (T) ستيودنت للعينات المستقلة، حيث حسبت الفروق بين متوسطات درجات الإعلاميين الذكور ومتوسطات درجات الإعلاميين الإناث على الدرجة الكلية لمقياس مهارات التواصل الاجتماعي وأبعاده الفرعية كما هو موضح في الجدول التالي:

جدول (٤٢): قيم ت ستودنت لدلالة الفروق بين متوسطات درجات الاعلاميين الذكور ومتوسطات درجات الإعلاميات على الدرجة الكلية لمقياس مهارات التواصل الاجتماعي وأبعاده الفرعية

الأبعاد الفرعية	الجنس	العينة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة(T)	درجات الحرية	القيمة الاحتمالية	القرار
التواصل اللفظي	ذكور	50	80.82	7.19	٠.935	١٧٤	0.351	غير دالة
	إناث	126	79.67	8.07				
التواصل غير اللفظي	ذكور	50	69.72	5.47	1.14	١٧٤	0.253	غير دالة
	إناث	126	68.57	6.75				
الدرجة الكلية	ذكور	50	150.54	11.82	1.09	١٧٤	0.274	غير دالة
	إناث	126	148.25	13.97				

تشير النتائج الواردة في الجدول رقم (٤٢) إلى عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة (٠.٠٥) بين متوسطات درجات الإعلاميين الذكور ومتوسطات درجات الإعلاميات

على الدرجة الكلية لمقياس مهارات التواصل الاجتماعي وأبعاده الفرعية يمكن أن تعزى لمتغير الجنس بالنسبة إلى الأبعاد الفرعية، والدرجة الكلية وهذا يعني قبول الفرضية.



أظهرت النتائج أنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات الإعلاميين الذكور ومتوسطات درجات الإعلاميات على الدرجة الكلية لمقياس مهارات التواصل الاجتماعي وأبعاده الفرعية يمكن أن تعزى لمتغير الجنس، ويمكن تفسير ذلك أن كلا الجنسين من المذيعين يعملون في مكان واحد، ويتعرضون لخبرات متشابهة تقريباً خاصة على صعيد التفاعل والعلاقات الاجتماعية، والظروف المحيطة، وهذا ما أكَّدهُ(بومعيزة، ٢٠٠٦) في دراستهِ أنَّ التَّفاعلَ الاجتماعيَّ رافدٌ للثَّقافةِ والَّتي على أساسِ قيمِها ومعاييرِها يتفاعلُ الأفرادُ، ويسلكونَ ويشكّلونَ مواقفَهم، وهذا يعني أن متغير الجنس لا يبدو عاملاً مهماً في تأثيره على مهارات التواصل الاجتماعي لدى المذيعين، وكما أن إثبات المرأة نفسها في كافة المجالات العلمية والعملية، أدى إلى ضآلة الفروقات بين المرأة والرجل، ولا سيما في مجال اكتساب المهارات والخبرات والثقافة العامة.

ويعزى ذلك في رأي الباحثة إلى أن التطور الحاصل في المجتمع نجم عنه تقارباً في الأدوار والمسؤوليات لكلا الجنسين، مما يجعل الخصائص المعرفية والاجتماعية للإناث والذكور أكثر تشابهاً، وبالتالي تضاؤل الفروق بينهما في تلك الخصائص، فالمجتمع بثقافته المنفتحة وبمناداته بالمساواة بين الرجل والمرأة جعل الإناث تلحق بالذكور في كافة مجالات الحياة العلمية والعملية، ويمكن أن يكون ناتجاً ايضاً عن طريق التربية الحديثة، وهنا يبرز دور الأسرة في عدم التمييز بين

أبنائها الذكور والإناث، وإعطاؤهم الفرصة نفسها في التعبير عن أنفسهم، والحق في التعليم والعمل، وإبداء رأيهم بحرية، وأخذ الدور الحقيقي في الأسرة، أي نتيجة المساواة بين الجنسين في الحقوق والواجبات، والتي بدورها تحد من الفروق، فاليوم نجد الكثير من الإناث في مواقع ومؤسسات عدة، وقد دخلت المرأة في المجتمع السوري في مجالات العمل كافة إلى جانب الرجل دون تفريق يذكر.

ولقد اختلفت هذه النتيجة مع دراسة عابد (٢٠٠٩) التي توصلت إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية في المتوسطات الحسابية لمجالات(لغة الجسد، مهارات التحدث، عوامل فنية مهمة) كعوامل مؤثرة في نجاح مقدمي برامج التلفزيون تبعاً لمتغير الجنس، وتعزو الباحثة اختلاف نتيجة هذه الدراسة عن الدراسة الحالية إلى اختلاف الأدوات المستخدمة في جمع البيانات، وإلى اختلاف البيئة التي أجريت فيها هذه الدراسة.

الفرضية السادسة: لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسّطاتِ درجاتِ أفرادِ عيّنةِ البحثِ على مقياسِ مهارات التواصل الاجتماعي تُعزى لمتغّيرِ العمل الإعلامي (الإذاعة، التلفاز).

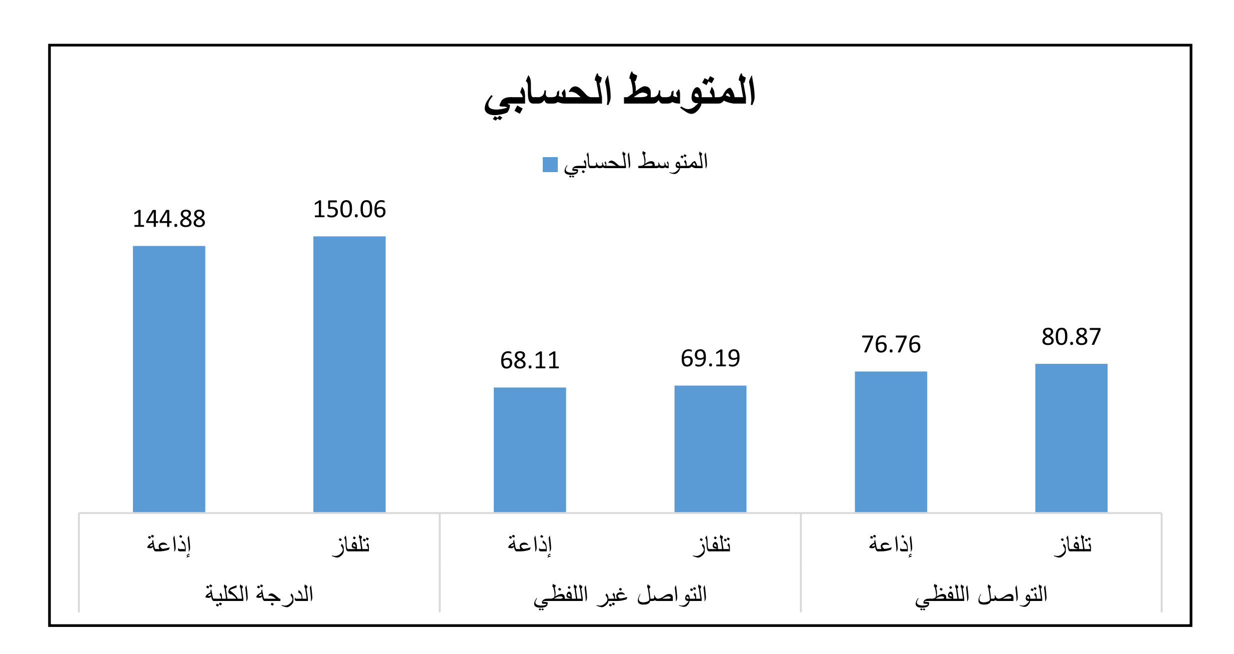
للإجابة عن هذه الفرضية تم استخدام اختبار (T) ستيودنت للعينات المستقلة، حيث حسبت الفروق بين متوسطات درجات الإعلاميين العاملين في التلفاز ومتوسطات درجات الإعلاميين العاملين في الإذاعة على الدرجة الكلية لمقياس مهارات التواصل الاجتماعي وأبعاده الفرعية كما هو موضح في الجدول التالي:

جدول (٤٣): قيم ت ستودنت لدلالة الفروق بين متوسطات درجات الإعلاميين العاملين في التلفاز ومتوسطات درجات الإعلاميين العاملين في الإذاعة على الدرجة الكلية لمقياس مهارات التواصل الاجتماعي وأبعاده الفرعية

الأبعاد الفرعية	العمل الاعلامي	العينة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة(T)	درجات الحرية	القيمة الاحتمالية	القرار
التواصل اللفظي	تلفاز	92	80.87	6.90	2.82	١٧٤	0.005	دال**
	إذاعة	84	76.76	10.12				
التواصل	تلفاز	92	69.19	5.84	٠.885	١٧٤	0.377	غير دال

غير اللفظي	إذاعة	84	68.11	8.13				
الدرجة	تلفاز	92	150.06	11.87	2.06	١٧٤	0.040	دال*
الكلية	إذاعة	84	144.88	17.57				

تشير النتائج الواردة في الجدول رقم (٤٣) إلى عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة (٠.٠٥) بين متوسطات درجات الإعلاميين العاملين في التلفاز ومتوسطات درجات الإعلاميين العاملين في الإذاعة يمكن أن تعزى لمتغير العمل الإعلامي بالنسبة لبعد التواصل غير اللفظي، وهذا يعني قبول الفرضية، كما تشير النتائج الى وجود فروق ذات دلالة إحصائية على بعد التواصل اللفظي والدرجة الكلية للمقياس لصالح العاملين في التلفاز وبالتالي نرفض الفرضية.



أظهرت النتائج أنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات المذيعين العاملين في التلفاز ومتوسطات درجات المذيعين العاملين في الإذاعة يمكن أن تعزى لمتغير العمل الإعلامي بالنسبة لبعد التواصل غير اللفظي، كما تشير النتائج الى وجود فروق ذات دلالة إحصائية على بعد التواصل اللفظي والدرجة الكلية للمقياس لصالح العاملين في التلفاز، يمكن أن تعزى هذه النتيجة إلى أن التواصل غير اللفظي بما يشمله من تعبيرات الوجه، وحركات الجسد، ونبرة الصوت، والانفعالات كلها عامة ومشتركة بين الناس، فمثلاً التعبير عن الفرح والحزن والغضب من خلال

حركات الجسد وتعبيرات الوجه قريبة بين الناس لذلك تتضاءل الفروق بين المذيعين في الإذاعة والتلفزيون في التواصل غير اللفظي، أما التواصل اللفظي كالمحادثة والقراءة والكتابة يتم تنميتها بالتدريب والتمرين والخبرة، ولهذا توجد الفروقات بين المذيعين في الإذاعة والتلفزيون في التواصل اللفظي بحيث تتم تنميته بالتدريب والتمرين المستمر، وتطوير المهارات التواصلية،" فاللغة سلوك لفظي مكتسب، يخضع لنظام ذي قواعد، ويحقق به كل فرد ذاته من خلال تواصله مع غيره من أفراد المجتمع" (سليمان، ٢٠٠٦، ٥٠). وتعزو الباحثة أن المذيعين في التلفاز يتفوقون بالتواصل اللفظي، إلى الحرص الكبير من قبل المذيعين في التلفاز للظهور بأحسن صورة وأداء في البرامج التلفزيونية، ويعملون على أن يكون أداؤهم الإعلامي في البرامج كافة ناجحاً، وهذا ما يجعل المذيعين في التلفاز يعملون بشكل أكبر على تواصلهم اللفظي مع الضيوف، للحفاظ على صورتهم المشاهدة على التلفاز، وحرصهم على أن يظهروا بأحسن صورة، والمذيعون في الإذاعة يعملون أكثر على أدائهم الصوتي، لأنه الأكثر تأثيراً في المستمعين.

ويقوم التواصل غير اللفظي بعدة وظائف فمن خلاله يمكن التحكم بالتواصل اللفظي وتوجيهه نحو تحقيق الهدف منه حيث ينقل الكثير من المعاني التي يصعب التعبير عنها باستخدام الكلمات وكما أوضح روجرز (Rogers) فإنه بالرغم من أن التواصل اللفظي ضروري للغاية إلا أن الألفاظ يمكن أن تكون عائقاً يستخدمه الفرد لكي يتجنب التواصل الصادق، ولذلك فإن التعبير الأكثر صدقاً عن الفرد إنما يكون من خلال التواصل غير اللفظي، مثل اتصال العين والابتسام واللمس، فالتواصل غير اللفظي يكون في أغلب الأحيان أكثر صدقاً ووضوحاً من التواصل اللفظي (الجهني، ٢٠١٣، ٥٧- ٥٨).

الفرضية السابعة: لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسّطاتِ درجاتِ أفرادِ عيّنةِ البحثِ على مقياسِ مهارات التواصل الاجتماعي تُعزى لمتغّيرِ سنوات العمل.

تم استخراج المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والخطأ المعياري لإجابات الإعلاميين على مقياس مهارات التواصل الاجتماعي حسب متغير سنوات العمل فكانت النتائج كما يوضحها الجدول رقم (٤٤).

جدول (٤٤): الإحصاء الوصفي لإجابات عينة البحث حسب متغير سنوات العمل

الأبعاد الفرعية	سنوات العمل	العينة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
التواصل اللفظي	أقل من عشر سنوات	101	78.03	7.88
	من ١٠ سنوات الى أقل من ٢٠	40	81.73	4.87
	من ٢٠ سنوات الى أقل من ٣٠	19	85.00	6.62
	أكثر من ٣٠ سنة	16	83.06	10.05
	المجموع	176	80.08	7.77
التواصل غير اللفظي	أقل من عشر سنوات	101	67.65	6.91
	من ١٠ سنوات الى أقل من ٢٠	40	69.23	4.41
	من ٢٠ سنوات الى أقل من ٣٠	19	72.26	3.11
	أكثر من ٣٠ سنة	16	72.88	6.84
	المجموع	176	68.98	6.34
الدرجة الكلية	أقل من عشر سنوات	101	145.68	13.81
	من ١٠ سنوات الى أقل من ٢٠	40	150.95	8.43
	من ٢٠ سنوات الى أقل من ٣٠	19	157.26	9.54
	أكثر من ٣٠ سنة	16	155.94	16.34

	المجموع	176	149.06	13.27

تشير النتائج الواردة في الجدول رقم (٤٤) إلى وجود فروق ظاهرية في الأبعاد الفرعية وكذلك في الدرجة الكلية للمقياس وفقاً لمتغير سنوات العمل.

وللكشف عن الدلالة الإحصائية للفروق بين مستويات سنوات العمل في مهارات التواصل الاجتماعي، تم استخدام اختبار تحليل التباين الأحادي **ANOVA** فكانت النتائج كما يبين الجدول رقم (٤٥):

جدول (٤٥): تحليل التباين الأحادي الاتجاه للفروق في إجابات عينة البحث تبعاً لمتغير سنوات العمل

الأبعاد الفرعية	مصدر التباين	**مجموع المربعات**	**درجة الحرية**	**متوسط المربعات**	**قيم F**	**قيمة الدلالة**	**القرار**
التواصل اللفظي	**بين المجموعات**	1135.06	3.00	378.35	6.89	٠.000	**دال****
	داخل المجموعات	9439.82	172.00	54.88			
	المجموع	10574.89	175.00				
التواصل غير اللفظي	**بين المجموعات**	627.67	3.00	209.22	5.61	0.001	**دال****
	داخل المجموعات	6411.28	172.00	37.27			
	المجموع	7038.95	175.00				
الدرجة الكلية	**بين المجموعات**	3329.93	3.00	1109.98	6.95	0.000	**دال****
	داخل المجموعات	27476.38	172.00	159.75			
	المجموع	30806.31	175.00				

تشير النتائج الواردة في الجدول رقم (٤٥) إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة (٠.٠٥) بين متوسطات درجات الإعلاميين على مقياس مهارات التواصل الاجتماعي وأبعاده

يمكن أن تعزى لمتغير سنوات العمل وهذا يعني رفض الفرضية، وبناء على ما تقدم تم التحقق من تجانس التباين بين المجموعات، وذلك وفق الجدول الآتي:

جدول (٤٦) يبين نتائج اختبار ليفين لتجانس التباين

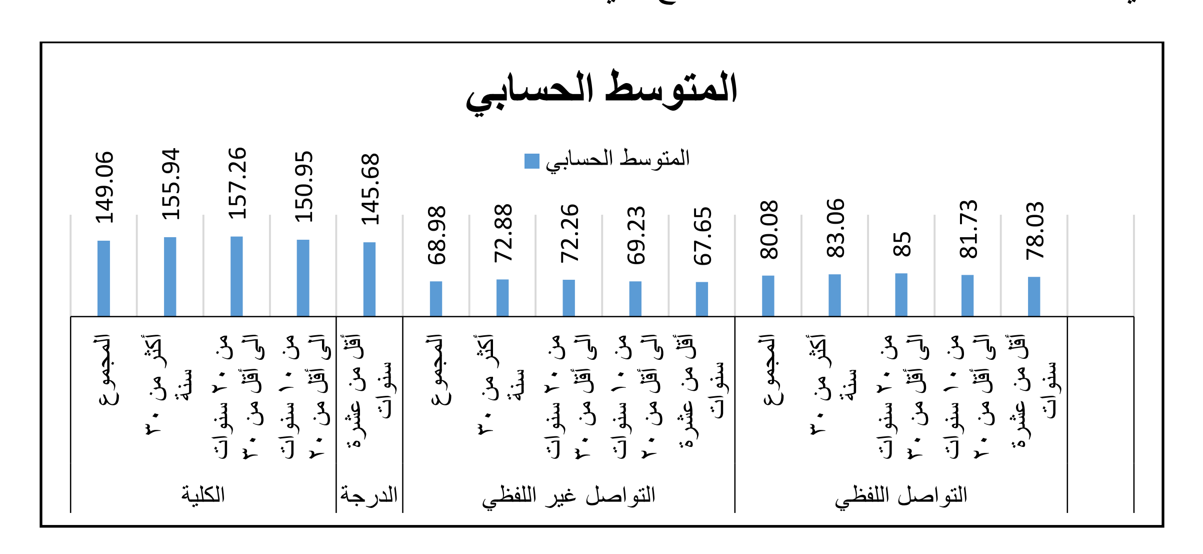
أبعاد المقياس	قيمة ف ليفين	درجات الحرية ١	درجات الحرية ٢	القيمة الاحتمالية
التواصل اللفظي	2.843	3	172	0.160
التواصل غير اللفظي	3.034	3	172	0.189
الدرجة الكلية	2.71	3	172	0.094

يتبين من الجدول السابق أن العينات متجانسة، حيث كانت مستوى الدلالة أكبر من مستوى الدلالة الافتراضي (٠،٠٥) ولمعرفة اتجاه الفروق بين متوسطات درجات الإعلاميين في مهارات التواصل الاجتماعي ولصالح أي مستوى من مستويات هذا المتغير، تم إجراء المقارنات البعدية، فقد تمّ استخدام اختبار شيفيه للمقارنات البعدية، كما هو مبين في الجدول (٤٧):

الجدول رقم (٤٧) اختبار شيفه للمقارنات البعدية

البعد	سنوات العمل		متوسط الفروق	مستوى الدلالة	القرار
التواصل اللفظي	أقل من عشر سنوات	من ٢٠ إلى أقل من ٣٠ سنة	-6.97*	٠.٠٠٣	دال**
التواصل غير اللفظي	أقل من ١٠ سنوات	من ٢٠ إلى أقل من ٣٠ سنة	-4.60*	٠.٠٣١	دال*
		أكثر من ٣٠ سنة	-5.22*	٠.٠٢٠	دال*
الدرجة الكلية	أقل من ١٠ سنوات	من ٢٠ إلى أقل من ٣٠ سنة	-11.57*	٠.٠٠٥	دال**
		أكثر من ٣٠ سنة	-10.25*	٠.٠٣١	دال*

يتبين من الجدول السابق بالنسبة لبعد التواصل اللفظي وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات إجابات الإعلاميين من ذوي سنوات العمل أقل من عشر سنوات ومتوسطات إجابات الإعلاميين من ذوي سنوات العمل من ٢٠ إلى أقل من ٣٠ سنة لصالح ذوي سنوات العمل من ٢٠ إلى أقل من ٣٠ سنة، وبالنسبة لبعد التواصل غير اللفظي والدرجة الكلية نلاحظ وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات إجابات الإعلاميين من ذوي سنوات العمل أقل من عشر سنوات ومتوسطات إجابات الإعلاميين من ذوي سنوات العمل من ٢٠ إلى أقل من ٣٠ سنة لصالح ذوي سنوات العمل من ٢٠ إلى أقل من ٣٠ سنة، ووجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات إجابات الإعلاميين من ذوي سنوات العمل أقل من عشر سنوات ومتوسطات إجابات الإعلاميين من ذوي سنوات العمل أكثر من ٣٠ سنة لصالح ذوي سنوات العمل من أكثر من ٣٠ سنة.



أظهرت النتائج وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات إجابات المذيعين من ذوي سنوات العمل أقل من عشر سنوات ومتوسطات إجابات المذيعين من ذوي سنوات العمل من ٢٠ إلى أقل من ٣٠ سنة لصالح ذوي سنوات العمل من ٢٠ إلى أقل من ٣٠ سنة بالنسبة لبعد التواصل اللفظي ، ووجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات إجابات المذيعين من ذوي سنوات العمل أقل من عشر سنوات ومتوسطات إجابات المذيعين من ذوي سنوات العمل من ٢٠ إلى أقل من ٣٠ سنة لصالح ذوي سنوات العمل من ٢٠ إلى أقل من ٣٠ سنة، ووجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات إجابات الإعلاميين من ذوي سنوات العمل أقل من عشر سنوات ومتوسطات إجابات

الإعلاميين من ذوي سنوات العمل أكثر من ٣٠ سنة لصالح ذوي سنوات العمل من أكثر من ٣٠ سنة، بالنسبة لبعد التواصل غير اللفظي والدرجة الكلية للمقياس، أي أن الفروق كانت لصالح المذيعين الأكثر خبرة في العمل، وتعزو الباحثة هذه النتيجة إلى أن المذيع في سنوات العمل الأولى يكون أقل مهارة وخبرة في العمل من المذيعين الذين لهم أقدمية في العمل، فمهارات التواصل الاجتماعي تتطور وتنمو مع التقدم بالعمر، كما أن التجارب والخبرات وممارسة العمل لسنوات عديدة تعطي المذيع خبرة وكفاءة في العمل، فيتطور أداؤه التواصلي اللفظي وغير اللفظي من خلال التعامل مع عدد كبير من الضيوف، والتعلم من التجارب السابقة ومن الخبرات الجديدة، ومن سنوات العمل التي تمنحه ثقة أكبر بالنفس وبالعمل الذي يقوم به، "ففي التواصل اللفظي وغير اللفظي لا تبدو مصداقية المتكلم في ما يقوله فقط بل كذلك بما يبدو عليه من سلوكيات غير لفظية هو أمر مهم، فالتواصل غير اللفظي يكون مسؤولاً عن ٦٥% من معنى التفاعلات بين الأفراد، وقد يحدث التعزيز من خلال السلوكيات غير اللفظية مثل: التبسم، الإيماءات، الاتصال بالعين، المظهر الخارجي(Cant& Aroni,2008,p2-3).

وهذه نتيجة منطقية وواقعية حيث نجد أن مهارات التواصل اللفظي وغير اللفظي للمذيعين الأقدم في العمل أفضل من المذيعين الحديثين في العمل غالباً، فكلما ازدادت سنوات العمل والخبرة ازدادت القدرة على التواصل والتفاعل مع الآخرين، وتتفق هذه النتيجة مع دراسة عابد (٢٠٠٩) التي توصلت إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية لمجال لغة الجسد ومجال مهارات الاستماع ومجال عوامل فنية ومهمة كعوامل مؤثرة في نجاح مقدمي برامج التلفزيون تبعاً لمتغير العمر لصالح الفئة العمرية(من ٢٤-٣٥ سنة)، مما يؤكد صدق نتيجة الدراسة الحالية، وتشابهت هذه النتيجة مع دراسة (De liu,2006) التي توصلت إلى أن الصحفيين الأكثر قدماً في العمل هم الأكثر خبرة ومهارة.

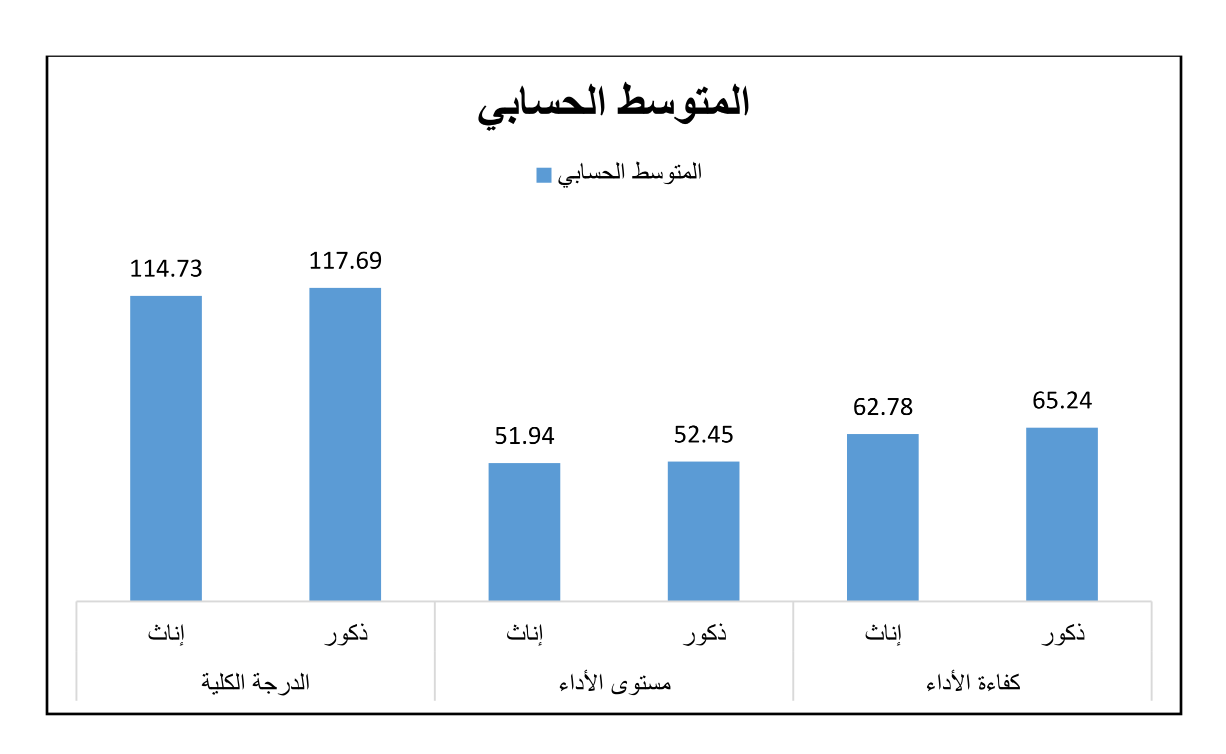
الفرضية الثامنة: لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسّطاتِ درجاتِ أفرادِ عيّنةِ البحثِ على مقياسِ الأداء الوظيفي تُعزى لمتغّيرِ الجنسِ.

للإجابة عن هذه الفرضية تم استخدام اختبار (T) ستيودنت للعينات المستقلة، حيث حسبت الفروق بين متوسطات درجات الإعلاميين الذكور ومتوسطات درجات الإعلاميين الإناث على الدرجة الكلية لمقياس الأداء الوظيفي وأبعاده الفرعية كما هو موضح في الجدول التالي:

جدول (٤٨): قيم ت ستودنت لدلالة الفروق بين متوسطات درجات الاعلاميين الذكور ومتوسطات درجات الإعلاميات على الدرجة الكلية لمقياس الأداء الوظيفي وأبعاده الفرعية

الأبعاد الفرعية	الجنس	العينة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة(T)	درجات الحرية	القيمة الاحتمالية	القرار
كفاءة الأداء	**ذكور**	50	65.24	5.06	2.44	١٧٤	0.016	دال*
	إناث	126	62.78	6.97				
مستوى الأداء	**ذكور**	50	52.45	5.67	٠.525	١٧٤	0.600	غير دال
	إناث	126	51.94	6.29				
الدرجة الكلية	**ذكور**	50	117.69	10.08	1.61	١٧٤	0.108	غير دال
	إناث	126	114.73	12.32				

تشير النتائج الواردة في الجدول رقم (٤٨) إلى عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة (٠.٠٥) بين متوسطات درجات الإعلاميين الذكور ومتوسطات درجات الإعلاميات على بعد مستوى الأداء والدرجة الكلية لمقياس الأداء الوظيفي يمكن أن تعزى لمتغير الجنس وهذا يعني قبول الفرضية. كما بينت النتائج وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة (٠.٠٥) بين متوسطات درجات الإعلاميين الذكور ومتوسطات درجات الإعلاميات على بعد كفاءة الأداء لصالح الذكور، وهذا يعني رفض الفرضية.



عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات المذيعين الذكور ومتوسطات درجات المذيعات على بعد مستوى الأداء والدرجة الكلية لمقياس الأداء الوظيفي يمكن أن تعزى لمتغير الجنس، ويمكن تفسير ذلك أن كلا الجنسين من المذيعين يعملون في مكان واحد، ويتعرضون لخبرات متشابهة تقريباً خاصة على صعيد التفاعل والعلاقات الاجتماعية، والظروف المحيطة، وهذا يعني أن متغير الجنس لا يبدو عاملاً مهماً في تأثيره على الأداء الوظيفي لدى المذيعين، وكما أن إثبات المرأة نفسها في كافة المجالات العلمية والعملية، أدى إلى ضآلة الفروقات بين المرأة والرجل، ولا سيما في مجال اكتساب المهارات والخبرات والثقافة العامة والتعليم وشغل المرأة مناصب ومسؤوليات عديدة جعل من أدائها الوظيفي لا يقل أهمية عن مستوى أداء الرجل.

ويعزى ذلك في رأي الباحثة إلى إثبات المرأة نفسها في كثير من مجالات العمل، وتأكيد قدرتها على تحمّل مسؤوليات عديدة في وقت واحد، وتحقيق التوازن بين مسؤولياتها كربة منزل والتزاماتها في ميدان العمل، مما يؤكد الإمكانيات الكبيرة التي تمتلكها المرأة والتي لا تقل أهمية عن إمكانيات الرجل، نجم عنه تقارباً في الأدوار والمسؤوليات لكلا الجنسين، مما يجعل مستوى أداء الإناث والذكور أكثر تشابهاً، وبالتالي تضاؤل الفروق بينهما في مستوى الأداء، فالمجتمع بثقافته المنفتحة وبمناداته بالمساواة بين الرجل والمرأة جعل الإناث تلحق بالذكور في كافة مجالات الحياة العلمية والعملية، وإعطائهم الحق في التعليم والعمل ويمكن أن يكون ناتج أيضاً عن طريق التربية الحديثة،

وهنا يبرز دور الأسرة في عدم التمييز بين أبنائها الذكور والإناث، وإعطائهم الفرصة نفسها في التعبير عن أنفسهم، ، وإبداء رأيهم بحرية، وأخذ الدور الحقيقي في الأسرة، أي نتيجة المساواة بين الجنسين في الحقوق والواجبات، والتي بدورها تحد من الفروق، فاليوم نجد الكثير من الإناث في أماكن ومؤسسات عدة، وقد دخلت المرأة في المجتمع السوري في مجالات العمل كافة إلى جانب الرجل دون تفريق يذكر وأثبتت جدارتها وتفوقها في الأداء وتحديها لكافة الصعوبات والمعوقات، وقد تشابهت هذه النتيجة مع دراسة العلاوين (٢٠٠٩) التي توصلت إلى عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية، بين تقديرات أفراد عينة الدراسة حول الأداء ككل، تعزى لمتغير الجنس، وتشابهت مع دراسة فكري (٢٠١٤) التي توصلت إلى عدم وجود فروق دالة إحصائياً بشأن تأثير متغير الجنس في العوامل المؤثرة في الأداء المهني، مما يؤكد صدق النتيجة الحالية.

كما بينت النتائج وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات المذيعين الذكور ومتوسطات درجات المذيعات على بعد كفاءة الأداء لصالح الذكور، وتعزو الباحثة هذه النتيجة إلى وجود معوقات وتحديات في العمل الإعلامي يجعل المرأة أقل كفاءة في الأداء من الرجل، فعلى الرغم من مساواة المرأة بالرجل في المجالات العلمية والعملية كافة إلا أن هناك صعوبات يصعب على المرأة اجتيازها بسهولة، فعلى الرغم من التطور الكبير للمجتمع السوري ومساواة المرأة بالرجل إلا أنه يظل مجتمعاً شرقياً، بعاداته وتقاليده يحد بعض الشيء من قدرات وإبداعات المرأة وهذا بدوره له تأثير على كفاءة العمل لدى المرأة، ويعرف Daft(2004) الكفاءة بأنها الاستخدام الأمثل للموارد المتاحة لتحقيق حجم أو مستوى معين من المخرجات بأقل التكاليف، وبمعنى آخر فإن مفهوم الكفاءة يشير إلى العمل بطريقة معينة، بحيث يتم استغلال الموارد المتاحة بأكبر صورة ممكنة مع مراعاة التكاليف والوقت بالإضافة إلى رضا العاملين، وتعزو الباحثة هذه النتيجة إلى عدم مناسبة بعض المهام والمسؤوليات في العمل الإعلامي لمستوى مهارات وقدرات المذيعات مما يؤدي ذلك إلى تدني كفاءة أدائهم عن المذيعين الذكور، " لذلك يجب تحديد المهام وتوزيع المسؤوليات على الموظفين حسب مهاراتهم ومستوياتهم، حتى يتمكن كل موظف من تأدية مهمته على أكمل وجه"(البلوي،٢٠٠٨، ٣٨ـ ٣٩).

وقد تعود هذه النتيجة إلى أن المرأة أكثر تأثراً بالمشاكل الأسرية التي من الممكن أن تحصل، فالمرأة العاملة يكون على عاتقها بالإضافة للعمل، يجب عليها أن تقوم بواجبات المنزل والأسرة كاملة، مما يحملها مزيداً من العبء والضغط النفسي الذي يؤثر سلباً على كفاءة الأداء،" فالمشاكل

الأسرية المتعلقة بالنواحي المادية والأبناء ومختلف الضغوط التي تتعرض لها الأسرة قد تكون مصدراً للقلق وبالتالي تؤثر سلباً على أداء العاملين"(صليحة، ٢٠١٠، ٤٧).

الفرضية التاسعة: لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسّطاتِ درجاتِ أفرادِ عيّنةِ البحثِ على مقياسِ الأداء الوظيفي تُعزى لمتغّيرِ العمل الإعلامي (الإذاعة، التلفاز).

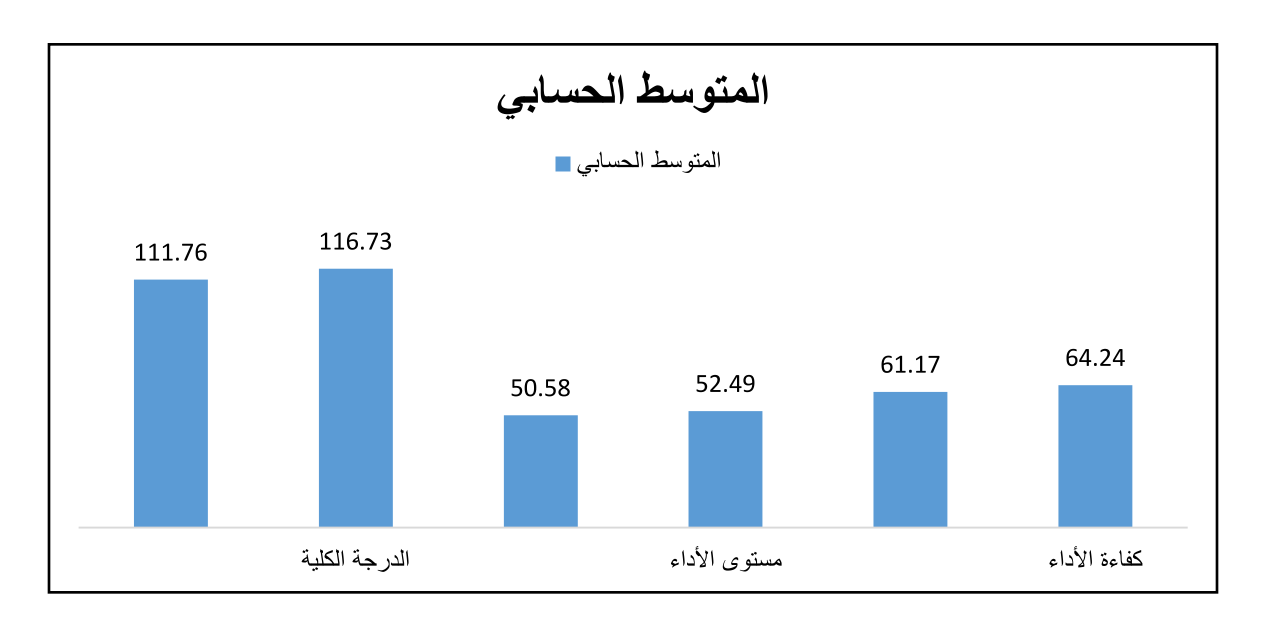
للإجابة عن هذه الفرضية تم استخدام اختبار (T) ستيودنت للعينات المستقلة، حيث حسبت الفروق بين متوسطات درجات الإعلاميين العاملين في التلفاز ومتوسطات درجات الإعلاميين العاملين في الإذاعة على الدرجة الكلية لمقياس الأداء الوظيفي وأبعاده الفرعية كما هو موضح في الجدول التالي:

جدول (٤٩): قيم ت ستودنت لدلالة الفروق بين متوسطات درجات الإعلاميين العاملين في التلفاز ومتوسطات درجات الإعلاميين العاملين في الإذاعة على الدرجة الكلية لمقياس الأداء الوظيفي وأبعاده الفرعية

الأبعاد الفرعية	العمل الاعلامي	العينة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة(T)	درجات الحرية	القيمة الاحتمالية	القرار
كفاءة الأداء	تلفاز	92	64.24	5.31	2.52	١٧٤	0.012	دالة*
	إذاعة	84	61.17	9.63				
مستوى الأداء	تلفاز	92	52.49	5.38	1.65	١٧٤	0.101	غير دالة
	إذاعة	84	50.58	8.29				
الدرجة الكلية	تلفاز	92	116.73	9.74	2.26	١٧٤	0.025	دالة*
	إذاعة	84	111.76	17.10				

تشير النتائج الواردة في الجدول رقم (٤٩) إلى عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة (٠.٠٥) بين متوسطات درجات الإعلاميين العاملين في التلفاز ومتوسطات درجات الإعلاميين العاملين في الإذاعة على بعد مستوى الأداء للمقياس يمكن أن تعزى لمتغير العمل

الإعلامي، وهذا يعني قبول الفرضية، كما تشير النتائج الى وجود فروق ذات دلالة إحصائية على بعد كفاءة الأداء والدرجة الكلية للمقياس لصالح العاملين في التلفاز وبالتالي نرفض الفرضية.



أظهرت النتائج عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات المذيعين العاملين في التلفاز ومتوسطات درجات المذيعين العاملين في الإذاعة على بعد مستوى الأداء للمقياس يمكن أن تعزى لمتغير العمل الإعلامي، وهذه النتيجة منطقية وواقعية، فظروف العمل المحيطة بالمذيعين في كل من الإذاعة والتلفزيون واحدة، وكيفية أداء البرامج الإذاعية والتلفزيونية وتقديمها متشابهة إلى حد كبير، فمع التقدم التكنولوجي الهائل وتعدد وسائل الاتصال الجماهيري والتي تصل إلى ملايين البشر في آن واحد تلح الحاجة إلى مذيعين أكفاء في الإذاعة والتلفزيون يحملون على عاتقهم نقل الحقائق، وإبراز الأحداث وتلبية طلبات الجماهير بروح من الصدق والمسؤولية والموهبة، لذلك يحرص مدراء المحطات الإذاعية والقنوات التلفزيونية إلى وضع المذيع المناسب في المكان المناسب وبالتالي توظيف المذيعين الأكفاء، وهذا ما يجعل الفروق تتضاءل في مستوى الأداء بين المذيعين في الإذاعة والتلفزيون، كما تشير النتائج الى وجود فروق ذات دلالة إحصائية على بعد كفاءة الأداء والدرجة الكلية للمقياس لصالح العاملين في التلفاز، وتعزو الباحثة هذه النتيجة إلى أن مدراء القنوات التلفزيونية يختارون الأكثر كفاءة في الأداء، من المذيعين للعمل في التلفاز وهذا ما يؤكد صدق النتيجة الحالية، فالعمل في التلفاز والتعامل مع الكاميرا يعطي المذيعين خبرة وجرأة أكبر في الأداء، وبالتالي تزداد كفاءة أدائهم عن العاملين في الإذاعة، فالمذيعين في التلفاز في حرص دائم على صورتهم المشاهدة على التلفاز، فوجهة نظر المشاهدين حول مظهرهم الجسدي

وأدائهم في البرامج المتعددة، يجعلهم يضاعفون جهودهم في التحضير والتدريب للعمل، فهم يسعون دائما إلى الحفاظ على إنجاح البرنامج التلفزيوني واخذ انطباعات إيجابية من قبل الجمهور على ادائهم وتحقيق نسب عالية من المشاهدة، ولهذا يزداد جهدهم وسعيهم الدائم على تطوير أنفسهم والتدرب الدائم على الأداء الإعلامي من حوار وتواصل وتفاعل مع الضيوف والجمهور، وتعلم طرق جديدة في الحوار والنقاش والقدرة على التعرف على خصائص الجمهور ومعرفة التعامل مع كافة التغيرات المفاجئة التي من الممكن أن تحصل، وتعزو الباحثة هذه النتيجة إلى أن الكثير من المذيعين في التلفاز يعملون على إعداد برامجهم وهذا يزيد من خبرتهم وكفاءة ادائهم في عملهم الإعلامي ويذكر(Chung et al, 2006) أنه على الإعلاميين أن يحضروا جيداً من أجل النجاح في المهنة، وأن يعملوا على تطوير مهاراتهم الإعلامية في سبيل نقل المعلومات والحقائق إلى الجمهور، ومواكبة التطورات التكنولوجية ليكون قادراً على النجاح والعمل في ظل المناخ الإعلامي المتغير.

ويعرف عابد (٢٠٠٩) المذيع التلفزيوني بأنه الشخص الذي يحترف نقل المعلومات وتقديمها بصوته ومهاراته الشخصية إلى الجماهير بواسطة التلفزيون وبطريقة تخضع لمواصفات معينة.

الفرضية العاشرة: لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسّطاتِ درجاتِ أفرادِ عيّنةِ البحثِ على مقياسِ الأداء الوظيفي تُعزى لمتغّيرِ سنوات العمل.

تم استخراج المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والخطأ المعياري لإجابات الإعلاميين على مقياس الأداء الوظيفي حسب متغير سنوات العمل فكانت النتائج كما يوضحها الجدول رقم (٥٠).

جدول (٥٠): الإحصاء الوصفي لإجابات عينة البحث حسب متغير سنوات العمل

الأبعاد الفرعية	سنوات العمل	العينة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
كفاءة الأداء	أقل من عشر سنوات	101	61.50	7.05
	من ١٠ سنوات الى أقل من ٢٠	40	65.43	3.47
	من ٢٠ سنوات الى أقل من ٣٠	17	68.76	3.68

	أكثر من ٣٠ سنة	18	67.00	4.87
	المجموع	176	63.65	6.46
مستوى الأداء	أقل من عشر سنوات	101	50.57	6.48
	من ١٠ سنوات الى أقل من ٢٠	40	52.88	4.07
	من ٢٠ سنوات الى أقل من ٣٠	17	55.47	4.73
	أكثر من ٣٠ سنة	18	56.00	5.58
	المجموع	176	52.13	6.07
الدرجة الكلية	أقل من عشر سنوات	101	112.07	12.52
	من ١٠ سنوات الى أقل من ٢٠	40	118.30	6.35
	من ٢٠ سنوات الى أقل من ٣٠	17	124.24	7.92
	أكثر من ٣٠ سنة	18	123.00	9.91
	المجموع	176	115.78	11.64

تشير النتائج الواردة في الجدول رقم (٥٠) إلى وجود فروق ظاهرية في الأبعاد الفرعية وكذلك في الدرجة الكلية للمقياس وفقاً لمتغير سنوات العمل.

وللكشف عن الدلالة الإحصائية للفروق بين مستويات سنوات العمل في الأداء الوظيفي، تم استخدام اختبار تحليل التباين الأحادي **ANOVA** فكانت النتائج كما يبين الجدول رقم (٥١):

جدول (٥١): تحليل التباين الأحادي الاتجاه لدلالة الفروق في إجابات عينة البحث تبعاً لمتغير سنوات العمل

الأبعاد الفرعية	مصدر التباين	مجموع المربعات	درجة الحرية	متوسط المربعات	قيم F	قيمة الدلالة	القرار
كفاءة الأداء	بين المجموعات	1241.78	3.00	413.93	11.75	0.000	دال**
	داخل المجموعات	6058.08	172.00	35.22			
	المجموع	7299.86	175.00				
مستوى الأداء	بين المجموعات	725.95	3.00	241.98	7.26	0.000	دال**
	داخل المجموعات	5729.30	172.00	33.31			
	المجموع	6455.25	175.00				
الدرجة الكلية	بين المجموعات	3798.38	3.00	1266.13	10.93	0.000	دال**
	داخل المجموعات	19927.97	172.00	115.86			
	المجموع	23726.36	175.00				

تشير النتائج الواردة في الجدول رقم (٥١) إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة (٠.٠٥) بين متوسطات درجات الإعلاميين على مقياس الأداء الوظيفي يمكن أن تعزى لمتغير سنوات العمل بالنسبة إلى جميع الأبعاد الفرعية والدرجة الكلية، وهذا يعني رفض الفرضية، وبناء على ما تقدم تم التحقق من تجانس التباين بين المجموعات، وذلك وفق الجدول الآتي:

جدول (٥٢) نتائج اختبار ليفين لتجانس التباين

أبعاد المقياس	قيمة ف ليفين	درجات الحرية ١	درجات الحرية ٢	القيمة الاحتمالية
كفاءة الاداء	1.982	3	172	0.133
مستوى الاداء	1.615	3	172	0.188
الدرجة الكلية	2.200	3	172	0.090

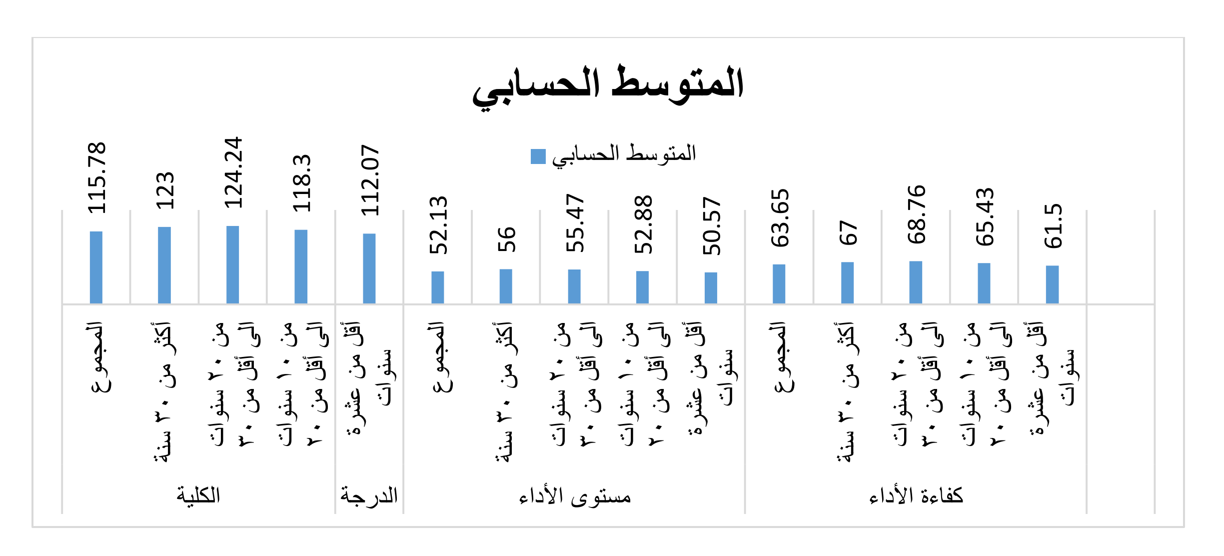
يتبين من الجدول السابق أن العينات متجانسة، حيث كانت مستوى الدلالة أكبر من مستوى الدلالة الافتراضي (٠،٠٥) ولمعرفة اتجاه الفروق بين متوسطات درجات الإعلامين في الأداء الوظيفي ولصالح أي مستوى من مستويات هذا المتغير، تم إجراء المقارنات البعدية، فقد تمّ استخدام اختبار شيفيه للمقارنات البعدية، كما هو مبين في الجدول (٥٣):

الجدول رقم (٥٣) اختبار شيفه للمقارنات البعدية

البعد	سنوات العمل		متوسط الفروق	مستوى الدلالة	القرار
كفاءة الأداء	أقل من عشر سنوات	من ١٠ إلى أقل من ٢٠ سنوات	-3.92*	٠.٠٠٧	دال**
		من ٢٠ إلى أقل من ٣٠ سنة	-7.26*	٠.٠٠٠	دال**
		أكثر من ٣٠ سنة	-5.50*	٠.٠٠٥	دال**
مستوى الأداء	أقل من عشر سنوات	من ٢٠ إلى أقل من ٣٠ سنوات	-4.89*	٠.٠١٧	دال*
		أكثر من ٣٠ سنة	-5.42*	٠.٠٠٥	دال**
الدرجة الكلية	أقل من عشر سنوات	من ١٠ إلى أقل من ٢٠ سنوات	-6.23	٠.٠٢٥	دال*
		من ٢٠ إلى أقل من ٣٠ سنة	-12.16	٠.٠٠١	دال**
		أكثر من ٣٠ سنة	-10.93	٠.٠٠٢	دال**

يتبين من الجدول السابق وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات إجابات الإعلاميين من ذوي سنوات العمل أقل من عشر سنوات ومتوسطات إجابات الإعلاميين من ذوي سنوات العمل من ١٠ إلى أقل من ٢٠ سنة لصالح الإعلاميين من ذوي سنوات العمل من ١٠ إلى أقل من ٢٠ سنة، ووجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات إجابات الإعلاميين من ذوي سنوات العمل أقل من عشر سنوات ومتوسطات إجابات الإعلاميين من ذوي سنوات العمل من ٢٠ إلى أقل من ٣٠ سنة لصالح الإعلاميين من ذوي سنوات العمل٢٠ إلى أقل من ٣٠ سنة، ووجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات إجابات الإعلاميين من ذوي سنوات العمل أقل من عشر سنوات ومتوسطات إجابات الإعلاميين من ذوي سنوات العمل أكثر من ٣٠ سنة لصالح الإعلاميين من

ذوي سنوات العمل أكثر من ٣٠ سنة وذلك في بعد كفاءة الأداء والدرجة الكلية للمقياس. أما بالنسبة لبعد مستوى الأداء فقد تبين وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات إجابات الإعلاميين من ذوي سنوات العمل أقل من عشر سنوات ومتوسطات إجابات الإعلاميين من ذوي سنوات العمل من ٢٠ إلى أقل من ٣٠ سنة لصالح الإعلاميين من ذوي سنوات العمل٢٠ إلى أقل من ٣٠ سنة، ووجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات إجابات الإعلاميين من ذوي سنوات العمل أقل من عشر سنوات ومتوسطات إجابات الإعلاميين من ذوي سنوات العمل أكثر من ٣٠ سنة لصالح الإعلاميين من ذوي سنوات العمل أكثر من ٣٠ سنة



أظهرت النتائج بأن الفروق في كفاءة الأداء والدرجة الكلية للمقياس كانت لصالح الإعلاميين الأكثر خبرة في العمل، وتفسر الباحثة هذه النتيجة ، بأن لسنوات العمل تأثير في كفاءة الأداء، " حيث أن العناصر الشخصية المتعلقة بالفرد العامل من حيث نوعه ذكراً أم أنثى، أو مستواه التعليمي، وأيضاً من حيث سنوات خبرته في العمل وحصوله على دورات تدريبية تؤثر بشكل أو بآخر في تشكيل درجة فاعلية المناخ التنظيمي، بحيث يشكل درجة معينة من كفاءة الأداء"(صليحة، ٢٠١٠، ٤٩). وهذا يؤكد دور سنوات الخبرة في العمل في كفاءة الأداء، وتعزو الباحثة هذه النتيجة أيضاً إلى أن المذيعين الذين لديهم خبرة طويلة بالعمل، أصبح العمل لديهم جزءاً من حياتهم المعتاد، فأصبح لديهم خبرة كبيرة فيه، فمن خلال سنوات العمل العديدة يتعلم المذيعون طرق جديدة لأداء عملهم ويتحدون كافة الصعوبات والمعوقات ويجتازونها، وممارسة العمل بشكل دائم تعطي المذيعين خبرة بهذا العمل، وتمنحهم كفاءة أكبر في شغلهم، فينجز المذيعون عملهم بأقل وقت وأقل جهد وبأقل تكاليف

والحصول على أفضل النتائج، ويعرف مغربي (٢٠٠٩) في دراسته كفاءة الأداء بأنها إنجاز العمل المهني من خلال ممارسة جيدة يوفرها اكتساب مهارة في الأداء تستند إلى إطار نظري يحدد متطلبات المهنة.

أما بالنسبة لبعد مستوى الأداء ، فنلاحظ أن الفروق كانت لصالح الإعلاميين الأكثر خبرة والأقدم في العمل، وتعزو الباحثة هذه النتيجة إلى أن مستوى الأداء لدى المذيعين يزداد مع التقدم في العمر وازدياد الخبرة في العمل، فالتعامل مع عدد كبير من الضيوف، والتعلم من التجارب السابقة ومن الخبرات الجديدة والبرامج الحوارية واللقاءات الاجتماعية، ومن سنوات العمل التي تمنحه ثقة أكبر بالنفس وبالعمل الذي يقوم به، وهذه نتيجة منطقية وواقعية حيث نجد أن مستوى الأداء للمذيعين الأقدم في العمل أفضل من المذيعين الحديثين في العمل غالباً، فكلما ازدادت سنوات العمل والخبرة، كلما ازداد مستوى الأداء، حيث تعطي هذه الخبرة في العمل المذيع القدرة على التغلب على كافة المشكلات التي تواجهه في العمل وبالتالي الحفاظ على مستوى عال من الأداء، وتشابهت هذه النتيجة مع دراسة(De liu,2006) التي توصلت إلى أن الصحفيين الأكثر قدماً في العمل هم الأكثر خبرة ومهارة.

تعقيب:

تسعى المحطات الإذاعية والتلفزيونية إلى تقديم البرامج والأخبار المنوعة، التي تهدف من خلالها لكسب أكبر عدد من المستمعين والمشاهدين، وذلك بتحقيق رغباتهم وهواياتهم وتطلعاتهم الثقافية، وإشباع نهمهم الفكري، وتحقيق ألوان من التسلية والإمتاع إلى جانب الإقناع، وأساليب الإقناع في الإذاعة والتلفزيون تأخذ اتجاهين، أحدهما يخص المذيع أو المقدم، والآخر يخص المواد المذاعة والمرئية، حيث تلعب مهارات التواصل الاجتماعي لدى المذيع دوراً مهماً في الإقناع، كالقدرة على التحدث، والاستماع الفعال، ونبرة الصوت، والتحكم بالانفعالات، وطريقة الوقوف أو الجلوس، وتوظيف حركات الجسد وتعبيرات الوجه في سبيل التواصل الفعال، كما أن نجاح أداء المذيعين في الإذاعة والتلفزيون، يتطلب تدريبهم المستمر واطلاعهم على كل جديد في مجال علم النفس الإعلامي، ليكون المذيع على علم بنفسية المستمعين والمشاهدين الذين يوجه إليهم حديثه، ويعلم ما يثير المجتمع أو يهدئه، وما يرضيه أو يغضبه، وأن يكون المذيع على قدر مناسب من الثقافة العامة، لأن العمل الإعلامي عمل قائم على المعلومة وما لم يتم توفير هذه المعلومة فإن الإعلام عندئذ سوف يتحول إلى مجرد وعظ وإرشاد، وسوف يؤدي ذلك إلى انصراف المجتمع عن متابعته، وبالتالي إفشال الدور الذي يمكن أن ينهض به، فالإعلامي يسعى أن يكون ممثلاً لمجتمعه ، متخصّصاً بجمع المعلومات وتوزيعها ويعطيه عمله في المحطات الإذاعية والتلفزيونية فرصة الاطلاع على أمور كثيرة لا يستطيع الفرد العادي المنشغل بشؤون الحياة أن يصل إليها، من هنا يصبح لزاماً على الإعلامي شرط تزويد الناس بالمعلومات المفيدة والضرورية وذلك من خلال أدائه ومهاراته التي من خلالها يقترب من الجمهور، ويطرح مشكلاته عبر البرامج الإذاعية والتلفزيونية، وليتم هذا الأداء الإعلامي الناجح، لابد من تنمية مهارات التواصل الاجتماعي، لأنه كلما زادت مهارات التواصل الاجتماعي، كلما زاد الأداء الوظيفي وهذا ما توصلت إليه الدراسة الحالية، وغيرها من الدراسات القريبة من هذا الموضوع، بالإضافة إلى ارتفاع درجة مهارات التواصل والأداء الوظيفي لدى المذيعين السوريين، مما يدل على كفاءة أدائهم ومهاراتهم التواصلية العالية، ولكن هذا يعتبر غير كاف في زمن شديد التطور وفي عصر برامج التواصل الاجتماعي التي صرفت الكثيرين عن متابعة البرامج الإذاعية والتلفزيونية، فمن الضروري إقامة دورات تدريبية إعلامية للمذيعين بشكل مستمر، في سبيل الحفاظ على مستوى أداء عال من خلال تفعيل المهارات

التواصلية لديهم، والتقييم المستمر للأداء الإعلامي وتطويره بما يتناسب مع احتياجات ورغبات الجمهور.

مقترحات الدراسة:

وفي ضوء ما أسفرت عنه الدراسة الحالية من نتائج يمكن الخروج بالمقترحات الآتية:

١. إقامة دورات تدريب إعلامية للمذيعين والمذيعات لتطوير مهارات التواصل الاجتماعي لديهم بشكل مستمر، من أجل الحفاظ على مستوى عال من الأداء الإعلامي في البرامج الإذاعية والتلفزيونية المتعددة.

٢. إعداد برامج إذاعية وتلفزيونية تناسب مستوى أداء المذيعين ومهاراتهم، وتتناسب مع رغبات وحاجات المشاهدين.

٣. تقييم أداء المذيعين من قبل مختصين بالأداء الإعلامي بشكل مستمر، من أجل توجيههم ومعرفة جوانب النقص بالأداء، والعمل على تطويره وتقدمه.

٤. منح الثقة وإعطاء الفرصة للإعلاميين لإظهار إبداعاتهم، من خلال تفويض الصلاحيات لهم، الأمر الذي يشعرهم بمكانتهم وبثقة الإدارة فيهم، وثقتهم بأنفسهم وهذا ما يجعلهم قادرين على تحمل المزيد من الواجبات، وبالتالي التأثير بشكل إيجابي على الأداء الوظيفي.

٥. رفع دافعية الإعلاميين عن طريق دعمهم بمزيد من الحوافز المادية والمعنوية، مع التأكيد على ربط الحوافز بشكل مباشر مع نتائج الأعمال (إيجاباً، سلباً)، وتوفير كافة الإمكانيات التي تساعدهم على إنجاز مهامهم الوظيفية ورفع مستوى الأداء الوظيفي للمؤسسات الإعلامية، وتكريم المتميزين منهم ومنحهم ما يستحقونه من مكافآت تشجيعية سواء كانت مادية أو معنوية.

٦. إقامة قسم خاص يديره مجموعة من المختصين النفسيين، في الهيئة العامة للإذاعة والتلفزيون، لدراسة البرامج الإعلامية المعروضة وأداء الإعلاميين والأخذ بالنصائح والإرشادات المقدمة من قبلهم، وتنفيذها للوصول إلى أداء وظيفي أفضل.

ملخص الدراسة باللغة العربية

مهارات التواصل الاجتماعي وعلاقتها بالأداء الوظيفي لدى الإعلاميين السوريين

دراسة ميدانية لدى عينة من الإعلاميين السوريين في الهيئة العامة للإذاعة والتلفزيون

أولاً: مقدمة الدراسة:

إنّ تحوّل الإنسانيّة إلى الحياة الاجتماعيّة هو تحوّل يؤول في أساسه إلى التّفاعل بين البشر وإلى قدرات الاتّصال المتطوّرة الّتي يتمتّع بها الإنسان، فالاتّصال يعتبر العمود الفقري للمجتمع، حيث يعدّ عمليّة جوهريّة لسائر المخلوقات، وبدون اتّصال يعيش الإنسان منعزلاً عن أخيه الإنسان في بقيّة المجتمع سواء انعزالاً حضاريّاً أو انعزالاً اجتماعيّاً، حيث تتطوّر شخصيّة الفرد متأثّرة بالتّقاليد والإرث الثّقافيّ والاجتماعيّ وبالتّجارب الّتي يخوضها وتصقلها البيئة والثّقافة الّتي يعيش في ظلّها.

ثانياً: مشكلة الدراسة ومُسوغاتها:

ينبغي على الإعلامي أن يكون ملمّاً بمهارات التواصل الاجتماعي التي تعمل على تنمية مهارات الإعلاميين التحليلية من خلال مراجعة مفاهيم الاتصال المناسبة، وزيادة قدرتهم على التفكير والاستنتاج بشكل دقيق وتمكينهم من استخدام خبراتهم وتجاربهم، "ويشير كل من Gómez& Rodríguez(2012)في دراستهما إلى أن المعارف ومهارات التواصل مفيدة للوصول إلى الأهداف المتعلقة بالمهارات السمعية والبصرية ولتطوير هذه الكفاءات لابد من القدرة على المشاركة في أبعاد مختلفة منها البعد التواصلي والتكنولوجي، ومن الكفاءات الأساسية في التربية الإعلامية: الفهم، الإبداع، الاستهلاك، المواطنة، والتواصل بين الثقافات"، "ويذكر Riggio et al (2003) أن مهارات التواصل الاجتماعي تلعب دوراً ناجعاً في تحديد نجاح الأداء في العمل"، فمن خلال التواصل الجيد هناك مزايا كبيرة يمكن تحقيقها في مجال العمل والأداء، ومنها: تعزيز شبكة واسعة من العلاقات الاجتماعية التي تتميز بالثقة وحسن النية والتعامل بالمثل، كما أن ملاحظة الباحثة الميدانية ومن خلال احتكاكها مع المذيعين والمذيعات في الهيئة العامة للإذاعة والتلفزيون، إذ عبر بعضهم عن نقص الدورات التدريبية الإعلامية لمهارات التواصل الاجتماعي والأداء الإعلامي، أو

توفرها ولكن بتكاليف عالية جداً، مما يحول دون التحاق الإعلاميين بهذه الدورات، أو عدم توفر الوقت للالتزام بهذه الدورات التدريبية، وهذا ما زاد إحساس الباحثة بالمشكلة.

وفي ضوء ما تقدم يمكن تحديد مشكلة البحث في التساؤل التالي:

ما طبيعة العلاقة بين مهارات التواصل الاجتماعي والأداء الوظيفي لدى الإعلاميين؟

ثالثاً: أهمية الدراسة: وتتمثل فيما يلي:

١ـ تعد هذه الدراسة من المواضيع الهامة التي تسلط الضوء على مهارات التواصل الاجتماعي لدى الإعلاميين وعلاقتها بأدائهم الوظيفي.

٢ـ الاستفادة من نتائج هذا البحث في القيام بدورات تدريبية للإعلاميين لتحسين أدائهم المهني وإتقانهم لمهارات التواصل الاجتماعي وتكريسها في خدمة عملهم الإعلامي.

رابعاً: أهداف الدراسة: سعت الدراسة الحالية للتعرف على:

١ـ العلاقة الارتباطية بين مهارات التواصل الاجتماعي والأداء الوظيفي لدى أفراد عينة الدراسة تبعاً لمتغيرات (الجنس، سنوات العمل، العمل الإعلامي).

٢ـ الكشف عن الفروق بين متوسطات درجات أفراد عينة الدراسة على مقياسي مهارات التواصل الاجتماعي والأداء الوظيفي تبعاً لمتغيرات (الجنس، سنوات العمل، العمل الإعلامي).

خامساً: سؤالا الدراسة:

في ضوء أهداف الدراسة تحاول الدراسة الإجابة عن السؤالين التاليين:

١ـ ما مستوى مهارات التواصل الاجتماعي لدى أفراد عينة الدراسة من الإعلاميين؟

٢ـ ما مستوى الأداء الوظيفي لدى أفراد عينة الدراسة من الإعلاميين؟

سادساً: فرضيات الدراسة:

سيتم اختبار الفرضيات التالية عند مستوى الدلالة (٠,٠٥):

الفرضية الأولى: لا توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين مهارات التواصل الاجتماعي والأداء الوظيفي لدى عينة البحث من الإعلاميين.

الفرضية (الثانية، الثالثة، الرابعة): لا توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين مهارات التواصل الاجتماعي والأداء الوظيفي لدى العينة تبعاً لمتغيرات (الجنس، العمل الإعلامي، سنوات العمل).

الفرضية (الخامسة، السادسة، السابعة): لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسّطاتِ درجاتِ أفرادِ عيّنةِ البحثِ على مقياسِ مهارات التواصل الاجتماعي تُعزى لمتغّيراتِ الجنسِ، العمل الإعلامي، سنوات العمل).

الفرضية (الثامنة، التاسعة، العاشرة): لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسّطاتِ درجاتِ أفرادِ عيّنةِ البحثِ على مقياسِ الأداء الوظيفي تُعزى لمتغّيرِ الجنسِ، العمل الإعلامي، سنوات العمل).

سابعاً: منهج الدراسة وخطواتها:

اعتمدت الباحثة المنهج الوصفي التحليلي الذي يتمثل بإعداد أدوات الدراسة وتحكيمها، واختيار عينات لها نفس خصائص العينة الأساسية، لإجراء الدراسات اللازمة لحساب مؤشرات الصدق والثبات.

ثامناً: المجتمع الأصلي للدراسة:

يتألف المجتمع الأصلي للدراسة من جميع الإعلاميين السوريين المذيعين العاملين في الهيئة العامة للإذاعة والتلفزيون في دمشق، وبلغ عدد أفراد المجتمع الأصلي (٢١٤) مذيعاً ومذيعة.

تاسعاً: عينة الدراسة:

بلغ عدد أفراد عينة الدراسة المعتمدة في الدراسة الحالية (١٧٦)إعلاميّاً وإعلامية.

عاشراً: أدوات الدراسة:

١ـ مقياس مهارات التواصل الاجتماعي، مقياس الأداء الوظيفي من إعداد الباحثة.

الحادي عشر: حدود الدراسة:

تم تطبيق أدوات الدراسة في الفترة الممتدة من (٤/١٩) حتى (٥/١٠)، على عينة من الإعلاميين المذيعين العاملين في الهيئة العامة للإذاعة والتلفزيون، والتي بلغ عدد أفرادها (١٧٦) مذيعاً ومذيعة.

الثاني عشر: نتائج الدراسة:

فيما يتعلق بنتائج سؤالي الدراسة:

أظهرت النتائج أن درجة مهارات التواصل الاجتماعي ودرجة الأداء الوظيفي، عالية لدى الإعلاميين السوريين من المذيعين والمذيعات، في الهيئة العامة للإذاعة والتلفزيون.

فيما يتعلق بنتائج فرضيات الدراسة:

الفرضية الأولى: توجد علاقة ارتباطية إيجابية ذات دلالة إحصائية بين مهارات التواصل الاجتماعي والأداء الوظيفي لدى عينة البحث من الإعلاميين.

الفرضية (الثانية، الثالثة، الرابعة): توجد علاقة ارتباطية إيجابية ذات دلالة إحصائية بين مهارات التواصل الاجتماعي والأداء الوظيفي لدى العينة تبعاً لمتغيرات (الجنس، العمل الإعلامي، سنوات العمل).

الفرضية الخامسة: لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسّطاتِ درجاتِ أفرادِ عيّنةِ البحثِ على مقياسِ مهارات التواصل الاجتماعي وأبعاده الفرعية تُعزى لمتغّيرِ الجنسِ.

الفرضية السادسة: لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسّطاتِ درجاتِ أفرادِ عيّنةِ البحثِ على مقياسِ مهارات التواصل الاجتماعي تُعزى لمتغّيرِ العمل الإعلامي(الإذاعة، التلفزيون) بالنسبة لبعد التواصل غير اللفظي، كما تشير النتائج الى وجود فروق ذات دلالة إحصائية على بعد التواصل اللفظي والدرجة الكلية للمقياس لصالح العاملين في التلفاز .

الفرضية السابعة: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسّطاتِ درجاتِ أفرادِ عيّنةِ البحثِ من الإعلاميين لصالح الأكثر قدماً في العمل.

الفرضية الثامنة: لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسّطاتِ درجاتِ أفرادِ عيّنةِ البحثِ على بعد مستوى الأداء والدرجة الكلية لمقياس الأداء الوظيفي يمكن أن تعزى لمتغير الجنس، كما بينت النتائج وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات المذيعين الذكور ومتوسطات درجات المذيعين الإناث على بعد كفاءة الأداء لصالح الذكور.

الفرضية التاسعة: عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات المذيعين العاملين في التلفاز ومتوسطات درجات المذيعين العاملين في الإذاعة على بعد مستوى الأداء للمقياس يمكن أن تعزى لمتغير العمل الإعلامي، كما تشير النتائج الى وجود فروق ذات دلالة إحصائية على بعد كفاءة الأداء والدرجة الكلية للمقياس لصالح العاملين في التلفاز.

الفرضية العاشرة: وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجاتِ أفرادِ عيّنةِ البحثِ من الإعلاميين لصالح الأكثر قدماً وخبرة في العمل.



المراجع:

أولاً: المراجع العربية.

ثانياً: المراجع الأجنبية.

المراجع العربية:

١- أبو حطب، موسى محمد.(٢٠٠٩). *فاعلية نظام تقييم الأداء وأثره على مستوى أداء العاملين*. رسالة ماجستير، الجامعة الإسلامية: غزة.

٢- أبو زيتون، جمال وعليوات، شادن.(٢٠١٠). أثر برنامج تدريبي في تنمية مهارات الاستماع ومفهوم الذات الأكاديمي لدى الطلبة المعوقين بصرياً. *مجلة جامعة دمشق*، المجلد٢٦(٤)، ص٢١٥- ص٢٥٠.

٣- أبو شرخ، نادر حامد عبد الرزاق.(٢٠١٠). *تقييم أثر الحوافز على مستوى الأداء الوظيفي في شركة الاتصالات الفلسطينية من وجهة نظر العاملين*. رسالة ماجستير، جامعة الأزهر: غزة.

٤- أبو عرجة، تيسير.(٢٠٠٠). *دراسات في الصحافة والإعلام*(ط.١). عمان: دار مجدلاوي للنشر والتوزيع.

٥- أبو عرقوب، محمد حسين.(٢٠١٣). *الدليل المبسط في تعلم مهارات العمل الإذاعي* . شبكة الإعلام المجتمعي.

٦- أبو فاضل، ماجدة.(٢٠٠٥). الاعلام العربي بحاجة الى نهضة واحتراف وأخلاقيات. *مجلة الحوار العربي*، (١٣)، ص١ - ص٦.

٧- الأحمدي، عدنان بن محمد علي بن حسن.(٢٠١٠). *واقع استخدام الإعلام المدرسي في تنمية مهارات الاتصال اللغوي لدى تلاميذ المرحلة الابتدائية بالمدينة المنورة*. رسالة ماجستير، جامعة أم القرى: السعودية.

٨- اسماعيل، محمود حسن.(٢٠٠٣). *مبادئ علم الاتصال ونظريات التأثير*(ط.١). القاهرة: الدار العالمية للنشر والتوزيع.

٩- الأغا، رائد عمر.(٢٠٠٨). *المهارات القيادية لدى المسؤولين في شركة الاتصالات الخلوية الفلسطينية(جوال) بين الواقع والمنظور المعياري*. رسالة ماجستير، الجامعة الإسلامية: غزة.

١٠- الأميري، أحمد البراء.(٢٠١٤). *فن التواصل : ٢٠ نصيحة لإتقان فن الحديث والحوار*. شبكة الألوكة.

١١- الباشا، علا.(٢٠٠٧) *.الطفل التوحدي ومهارات التواصل لديه*. بحث مقدم لنيل درجة مساعد مجاز في الخدمة الاجتماعية: معهد الخدمة الاجتماعية.

١٢- باعيسى، نزيه بن سعيد بن أحمد.(٢٠٠٢). *مهارات الاتصال اللغوي لمدير المدرسة ودورها في تفعيل عملية الاتصال مع المعلمين داخل المدرسة*. رسالة ماجستير، جامعة أم القرى: السعودية.

١٣- البخاري، محمد.(٢٠٠٨). *الإعلام وتحليل المضمون الإعلامي*. دمشق: دار الدلفين للنشر الالكتروني.

١٤- برتراند، ج.(٢٠٠٨). *أدبيات الإعلام* (ط.١). (رباب العابد، مترجم)، بيروت: المؤسسة الجامعية للدراسات والنشر والتوزيع.

١٥- بركات، زياد.(٢٠٠٦) *.العلاقات الاجتماعية السائدة بين الدارسين والمدرسين في جامعة القدس المفتوحة وعلاقة ذلك ببعض المتغيرات*. جامعة القدس المفتوحة: فلسطين.

١٦- بطاينة، أسامة والجراح، عبد الناصر.(٢٠١١). مستوى المهارات الاجتماعية لدى الأطفال العاديين والأطفال ذوي صعوبات التعلم في الأردن. *المجلة الأردنية في العلوم التربوية*، المجلد٧(٣)، ص٢٥٣- ص٢٧٠.

١٧- البطريق، نسمة أحمد وعبد الغفار، عادل.(٢٠٠٥). *الكتابة للإذاعة والتلفزيون*. القاهرة: مركز جامعة القاهرة.

١٨- بلاسكة، صالح.(٢٠١٢). *قابلية تطبيق بطاقة الأداء المتوازن كأداة لتقييم الاستراتيجية في المؤسسة الاقتصادية الجزائرية*. رسالة ماجستير، جامعة فرحات عباس: سطيف.

١٩- البلوي، محمد سليمان.(٢٠٠٨). *التمكين الإداري وعلاقته بالأداء الوظيفي لدى معلمي المدارس الحكومية في محافظة الوجه-المملكة العربية السعودية من وجهة نظرهم*. رسالة ماجستير، جامعة مؤتة: السعودية.

٢٠- بنات، عبد القادر سعيد.(٢٠٠٩). *ضغوط العمل وأثرها على أداء الموظفين في شركة الاتصالات الفلسطينية في منطقة قطاع غزة*. رسالة ماجستير، الجامعة الإسلامية: غزة.

٢١- بومعيزة، السَّعيد.(٢٠٠٦). *أثر وسائل الإعلام على القيم والسُّلوكيَّات لدى الشَّباب*. رسالة دكتوراه، جامعة الجزائر: الجزائر.

٢٢- تلاحمة، ثائر محمد.(٢٠١٢). *حراسة البوابة الإعلامية والتفاعلية في المواقع الإخبارية الفلسطينية على شبكة الانترنت*. رسالة ماجستير، جامعة الشرق الأوسط: الأردن.

٢٣- الثقفي، طلال عبد الرحمن.(٢٠١٥). *فاعلية برنامج قائم على الانتباه المشترك لتنمية التواصل اللفظي لدى أطفال التوحد بمحافظة الطائف*. رسالة ماجستير، جامعة أم القرى: السعودية.

٢٤- جاب الله، منال عبد الخالق وعلام، شادية يوسف.(٢٠١٠). الثقة بالذات وعلاقتها بمهارات التواصل: دراسة سيكولوجية العلاقات الاجتماعية. *مجلة كلية بنها*، (٨)، ص٢١٤.

٢٥- الجهني، ريم.(٢٠١٣). *فاعلية برنامج تدريبي في تنمية مهارات التواصل الاجتماعي ومفهوم الذات لدى التلامذة ذوي صعوبات التعلم*. رسالة دكتوراه غير منشورة، جامعة دمشق: دمشق.

٢٦- جواد، عبد الستار.(٢٠٠١). *فن كتابة الأخبار*(ط.٢). الأردن: دار مجدلاوي للنشر والتوزيع.

٢٧- حانون، نزهة.(٢٠٠٨). *الأساليب الإقناعية في الصحافة المكتوبة الجزائرية*. رسالة ماجستير، جامعة منتوري: قسنطينة.

٢٨- الحديدي، منى.(٢٠٠٢). *الإعلان؟*(ط.٢). القاهرة: الدار المصرية اللبنانية.

٢٩- الحديدي، منى سعيد واللبان، شريف درويش.(٢٠٠٩). *فنون الاتصال والإعلام المتخصص*(ط.١). القاهرة: الدار المصرية اللبنانية.

٣٠- حسن، محمد حمود.(٢٠١٠). الاتصال التدريبي وأهميته في مهنة الإعلام. *مجلة الباحث الإعلامي*، (٨)، ص٢٤١- ص٢٥٣.

٣١- حسونة، غالية العشا.(٢٠١٠). *فاعلية برنامج إرشادي للأمهات في تحسين مهارات التواصل الوالدي وأثر ذلك في التكيف النفسي والاجتماعي للطفل*. رسالة دكتوراه، جامعة دمشق: دمشق.

٣٢- حمدان، سليم.(٢٠٠٩). *أشكال التواصل في التراث البلاغي العربي*. رسالة ماجستير، جامعة الحاج لخضر: الجزائر.

٣٣- حمداوي، جميل.(٢٠١٥). *التواصل اللساني والسيميائي والتربوي*(ط.١). المغرب: شبكة الألوكة للنشر.

٣٤- حمدي، لميس.(٢٠١٤). *أثر برنامج تدريبي متعدد الأنشطة في تنمية مهارات التواصل الاجتماعي لدى أطفال الرياض*. رسالة دكتوراه، جامعة دمشق: دمشق.

٣٥- الحميضي، أحمد بن علي بن عبد الله.(٢٠٠٤). *فعالية برنامج سلوكي لتنمية بعض المهارات الاجتماعية*. رسالة ماجستير، جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية: الرياض.

٣٦- حياة، قبايلي.(٢٠٠٧). *استراتيجية الاتصال الداخلي في المنظمة: حالة الشركة الوطنية لإنجاز القنوات*. رسالة ماجستير، جامعة بومرداس: الجزائر.

٣٧- حيمرى، ياسر عبده.(٢٠٠٣). *دراسة لبعض مهارات الاتصال الأساسية لدى المرشدين الزراعيين المحليين بمحافظة سوهاج*. رسالة ماجستير، جامعة أسيوط: مصر.

٣٨- خصاونة، نجوى أحمد سليم والعكل، إيمان أحمد خضر.(٢٠١٢). فاعلية الدراما المسرحية في تنمية مهارات المحادثة الشفوية لدى طالبات المرحلة الابتدائية. *المجلة الدولية التربوية المتخصصة*، ، المجلد١(٤)، ص١٨٢ - ص٢٠٦.

٣٩- خليفات، عبد الفتاح صالح والمطارنة، شيرين محمد.(٢٠١٠). أثر ضغوط العمل في الأداء الوظيفي لدى مديري المدارس الأساسية الحكومية في إقليم جنوب الأردن. *مجلة جامعة دمشق*، المجلد٢٦(١-٢)، ص٥٩٩- ص٦٤٢.

٤٠- دكر، ب .(٢٠٠٠). *فن الاتصال*. (عبد الرحمن بن هادي الشمراني، مترجم)، الرياض: دار المعرفة للتنمية البشرية.

٤١- دندي، إيمان رافع.(٢٠١٣). *التفكير الإيجابي وعلاقته بمهارات التواصل المدركة لدى المرشدين في مدارس محافظة دمشق الرسمية*. رسالة دكتوراه، جامعة دمشق: دمشق.

٤٢- دوله، زهير مصطفى واشتيوي، عماد محمد. (٢٠٠٦). *القائم بالاتصال في المواقع الإلكترونية الإخبارية الفلسطينية*. دراسة ميدانية، الجامعة الإسلامية بغزة: فلسطين.

٤٣ـ الدين، بوعطيط جلال.(٢٠٠٩). *الاتصال التنظيمي وعلاقته بالأداء الوظيفي*. رسالة ماجستير، جامعة منتوري: قسنطينة.

٤٤ـ رحمون، سهام.(٢٠١٤). *بيئة العمل الداخلية وأثرها على الأداء الوظيفي*. رسالة دكتوراه، جامعة محمد خيضر: الجزائر.

٤٥ـ الرمحين، عطا الله ودرويش، رمضان محمد.(٢٠٠٥).*الإعلام والأمن السيكولوجي في وسائل الإعلام الجماهيري*. دمشق: دار صوان للطباعة والنشر.

٤٦ـ ريجيو، ر.(١٩٩٩). *المدخل إلى علم النفس الصناعي والتنظيمي*. (فارس حلمي، مترجم)، عمان: دار الشروق.

٤٧ـ الزبيدي، نسرين والحداد، عبد الكريم والوائلي، سعاد.(٢٠١٣). أثر برنامج تعليمي قائم على المنحى التواصلي في تحسين مهارات الاستماع الناقد لدى طلبة الصف التاسع. *المجلة الأردنية في العلوم التربوية*، مجلد٩(٤)، ص٤٣٥ ـ ص٤٤٧.

٤٨ـ السريحي، سعيد بن مصلح.(٢٠٠٦). *سبل تطوير العلاقة مهنياً بين الإعلاميين ومسؤولي الأمن*. جامعة نايف للعلوم الأمنية: الرياض.

٤٩ـ سليمان، أحمد .(٢٠٠٦). *فاعلية السيكو دراما في تنمية مهارات التواصل الاجتماعي لدى التلامذة ذوي صعوبات التعلم*. رسالة ماجستير غير منشورة، كلية التربية، جامعة بنها: مصر.

٥٠ـ شحرور، ليلى.(٢٠٠٩). *فن التواصل والإقناع: دليلك إلى النجاح في العمل والمجتمع* (ط.١). بيروت: الدار العربية للعلوم.

٥١ـ الشريف، سامي وندا، أيمن منصور.(٢٠٠٤). *اللغة الإعلامية: المفاهيم ـ الأسس ـ التطبيقات*. القاهرة: مركز جامعة القاهرة.

٥٢ـ شكري، عبد المجيد.(٢٠٠٧) *.الإعلام المحلي في ضوء متغيرات العصر* (ط.١). مصر، القاهرة: منشورات دار الفكر العربي.

٥٣ـ الشلوي، راشد حمدان عيد.(٢٠١٥). *العلاقة بين درجة توافر أبعاد المنظمة المتعلمة والأداء الوظيفي في معاهد التدريب الأكاديمي الأمني*. رسالة دكتوراه، جامعة أم القرى: السعودية.

٥٤- الشميمري، فهد عبد الرحمن.(٢٠١٠). *التربية الإعلامية: كيف نتعامل مع الإعلام* (ط.١). الرياض: مكتبة الملك فهد الوطنية.

٥٥ - الشنطي، أميرة عبد الرحمن.(٢٠١٠). *أثر استخدام النشاط التمثيلي لتنمية بعض مهارات الاستماع في اللغة العربية لدى تلميذات الصف الرابع الأساسي بغزة*. رسالة ماجستير، جامعة الأزهر: غزة.

٥٦- صدقه، جورج.(٢٠٠٨). *الأخلاق الإعلامية بين المبادئ والواقع* (ط.١). بيروت: مؤسسة مهارات.

٥٧ - صديق، حسين.(٢٠١٢). تقويم الأداء في المؤسسات الاجتماعية. ***مجلة جامعة دمشق***، المجلد٢٨(١)، ص٢١١- ص٢٤٨.

٥٨- الصرايرة، خالد أحمد.(٢٠١١). الأداء الوظيفي لدى أعضاء الهيئات التدريسية في الجامعات الأردنية الرسمية من وجهة نظر رؤساء الأقسام فيها. ***مجلة جامعة دمشق***، المجلد٢٧(١-٢)، ص٦٠١- ص ٦٥٢.

٥٩- صليحة، شامي.(٢٠١٠). *المناخ التنظيمي وتأثيره على الأداء الوظيفي للعاملين*. رسالة ماجستير، جامعة بومرداس: الجزائر.

٦٠- الطاهر، أجغيم.(٢٠٠٦). *واقع الاتصال في المؤسسات الجزائرية*. رسالة دكتوراه، جامعة منتوري: الجزائر.

٦١- عابد، محمود فايز عبد.(٢٠٠٩). ***مهارات مقدمي البرامج في القنوات الفضائية ومدى نجاحها في تلبية رغبات جمهور الطلبة في الجامعات الأردنية***. رسالة ماجستير، جامعة الشرق الأوسط للدراسات العليا: الأردن.

٦٢- عباس، محمد ونوفل، محمد والعبسي، محمد وأبو عواد، فريال.(٢٠٠٧). *مدخل إلى مناهج البحث في التربية وعلم النفس*. الأردن، عمان: دار المسيرة للنشر والتوزيع.

٦٣- عبد الفتاح، محمود أحمد.(٢٠١٢). *الاتصال اللفظي والغير لفظي*(ط.١). القاهرة: دار الكتب المصرية.

٦٤ـ العبد الله، مي.(٢٠٠٥) .*الاتصال والديمقراطية: الفضائيات والحرب الإعلامية* (ط.١). لبنان، بيروت: منشورات دار النهضة العربية.

٦٥ـ العبد الله، مي.(٢٠٠٦). *نظريات الاتصال* (ط.١). لبنان، بيروت: دار النهضة العربية.

٦٦ـ عبد المولى، غنا محمود.(٢٠١٣). *مهارات الاتصال التربوي الفعال التي يمتلكها مدير المدرسة الثانوية العامة في مدينة دمشق وعلاقتها ببعض المتغيرات*. رسالة ماجستير، جامعة دمشق: دمشق.

٦٧ـ عبيدات، ذوقان.(٢٠٠٣). *البحث العلمي، مفهومه، أدواته، أساليبه*، السّعوديّة، الرّياض: دار أسامة للنّشر.

٦٨ـ العريني، أحمد بن عبد الله بن صقير.(٢٠١١). *مدى توافر مهارات الاتصال غير اللفظية لدى هيئة التدريس في كلية العلوم بجامعة القصيم من وجهة نظر الطلبة*. رسالة ماجستير، جامعة القصيم: السعودية.

٦٩ـ عكاشة، أسعد أحمد محمد.(٢٠٠٨). *اثر الثقافة التنظيمية على مستوى الأداء الوظيفي*. رسالة ماجستير، الجامعة الإسلامية: غزة.

٧٠ـ العكش، علاء خليل محمد.(٢٠٠٧). *نظام الحوافز والمكافآت وأثره في تحسين الأداء الوظيفي في وزارات السلطة الفلسطينية في قطاع غزة*. رسالة ماجستير، الجامعة الإسلامية: غزة.

٧١ـ العلاوين، لبنى عبد الله.(٢٠٠٩). *تكنولوجيا الاتصال وعلاقتها بأداء المؤسسات الإعلامية*. رسالة ماجستير، جامعة الشرق الأوسط للدراسات العليا: الأردن.

٧٢ـ علي، تاعوينات.(٢٠٠٩).*التواصل والتفاعل في الوسط المدرسي*. الجزائر: وزارة التربية الوطنية.

٧٣ـ العوفي، عبد العزيز بن مساعد.(٢٠١٤).*درجة تمكن طلاب الصف الثالث المتوسط من مهارات التواصل الرياضي*. رسالة ماجستير، جامعة أم القرى: السعودية.

٧٤ـ عيسى، نيفين محمد.(٢٠١٤). *دور الإعلام المرئي في تمكين الشباب للمشاركة المجتمعية*. رسالة دكتوراه، جامعة دمشق: دمشق.

٧٥- غربية، أمينة وزرادني، آسيا.(٢٠١١). *دور الكتاب المدرسي في تنمية المهارات الاتصالية لدى الطفل*. مذكرة تخرج، جامعة الدكتور يحيى فارس: الجزائر.

٧٦- فكري، راندة ماضي.(٢٠١٤). *العوامل المؤثرة في الأداء المهني للقائمين بالاتصال في المواقع الإخبارية الالكترونية*. رسالة دكتوراه، جامعة عين شمس: عين شمس.

٧٧- القادري، نهوند وحرب، سعاد.(٢٠٠٢). *الإعلاميات والإعلاميون في التلفزيون* (ط.١). بيروت: المركز الثقافي العربي.

٧٨- القاسم، بديع محمود مبارك.(٢٠٠١). *علم النفس المهني بين النظرية والتطبيق* (ط.١). عمان: مؤسسة الورّاق للنشر.

٧٩- القحطاني، علي سعد سالم آل جبار.(٢٠٠٩). *فعالية برنامج مقترح لتنمية مهارات القراءة الجهرية لدى التلاميذ ذوي التخلف العقلي البسيط*. رسالة ماجستير، جامعة الملك سعود: السعودية.

٨٠- قطيط، غسان.(٢٠١٥)*تقنيات التعلم والتعليم الحديثة* (ط.١). عمان: دار الثقافة للنشر والتوزيع.

٨١- قنديل، محمد متولي وبدوي، رمضان مسعد.(٢٠٠٥). *مهارات التواصل بين البيت والمدرسة* (ط.١). الأردن، عمان: منشورات دار الفكر.

٨٢- كابور، هند.(٢٠١٠). مهارات اتصال المدير بمعلميه من وجهة نظر المعلم وعلاقتها بكفاءة المعلم الذاتية. *مجلة جامعة دمشق*، المجلد٢٦، ص٢٧٣ - ص٣٢٢.

٨٣- كابور، هند.(٢٠١١). *فاعلية برنامج تدريبي لتنمية مهارات الاتصال بين المعلم والمتعلم وأثرها في التحصيل الدراسي للمتعلم*. رسالة دكتوراه، جامعة دمشق: دمشق.

٨٤- لوماشي، أسيا ومجدي، وفاء.(٢٠٠٩). *إعداد الرسالة الإعلامية*. الجزائر: جامعة محمد خيضر.

٨٥- لوهيغيرسون، م.(٢٠٠٦) .*مهارات التواصل لرؤساء الأقسام الجامعية* (ط.١). (هاني الصالح، مترجم)، الرياض: مكتبة العبيكان.

٨٦ـ المحتسب، فاطمة نعيم.(٢٠١١). *مهارات الاتصال والرضى الوظيفي لدى الإعلاميين الرياضيين في الأردن بين الممارسة والتفعيل*. رسالة ماجستير ، الجامعة الأردنية: الأردن.

٨٧ـ محسن، حميد جاعد.(٢٠٠٩). من هو الإعلامي ـ الصحفي. *مجلة الباحث الإعلامي*، (٦ ـ٧)، ص٢٨ ـ ص٤٧.

٨٨ـ المخلافي، فيصل علي.(٢٠٠٥). *المؤسسات الإعلامية في عصر تكنولوجيا المعلومات مع دراسة لواقع المؤسسات الصحفية اليمنية* (ط. ١). القاهرة: المكتب الجامعي الحديث..

٨٩ـ مزيد، زينب خنجر.(٢٠١٢). تأثير برنامج تعليمي في تنمية مهارات الاستماع النشط لدى أطفال الرياض. *مجلة الأستاذ*، (٢٠٣)، ص١٠٠٣ ـ ص١٠٢٨.

٩٠ـ مغربي، عمر بن عبد الله مصطفى .(٢٠٠٩). *الذكاء الانفعالي وعلاقته بالكفاءة المهنية لدى عينة من معلمي المرحلة الثانوية في مدينة مكة المكرمة*. رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة أم القرى: السعودية.

٩١ـ المقداد، قيس وبطاينة، أسامة والجراح، عبد الناصر.(٢٠١١). مستوى المهارات الاجتماعية لدى الأطفال العاديين والأطفال ذوي صعوبات التعلم في الأردن. *المجلة الأردنية في العلوم التربوية*، مجلد٧(٣)، ص٢٥٣ ـ ص٢٧٠.

٩٢ـ مكاوي، حسن عماد والعبد، عاطف عدلى.(٢٠٠٧). *نظريات الإعلام* . القاهرة: كلية الإعلام.

٩٣ـ الملا، رائد حسين عباس.(٢٠٠٧). مهارات الاتصال الجماهيري عن طريق لغة الخطاب. *مجلة الباحث الإعلامي*، (٣)، ص١٠١ ـ ص١٢٢.

٩٤ـ موريم، س .(٢٠٠٩). *نصيحة للخريجين: قواعد النجاح والسعادة في حياتك العملية* (ط. ١). (شيرين مصطفى كامل، مترجم)، مصر: نهضة مصر للطباعة والنشر والتوزيع.

٩٥ـ الموسى، عصام سليمان.(٢٠٠٣). *الإعلام والمجتمع*. الأردن، عمان: منشورات وزارة الثقافة.

٩٦ـ الموسوي، محمد جاسم فلحي.(٢٠٠٢) .*نظريات الاتصال والإعلام الجماهيري* . الدنمارك: كلية الآداب والتربية.

٩٧- ميلاد، محمود والشماس، عيسى .(٢٠١٢). *مناهج البحث في التربية وعلم النفس*. كلية التربية، دمشق: منشورات جامعة دمشق.

٩٨- النميان، عبد الله عبد الرحمن.(٢٠٠٣). *الرقابة الإدارية وعلاقتها بالأداء الوظيفي في الأجهزة الأمنية*. رسالة ماجستير، جامعة نايف للعلوم الأمنية: السعودية.

٩٩- هاني، أحمد فخري.(٢٠٠٩). تعلم فن الاستماع. *مجلة شبكة العلوم النفسية العربية*،(٢٤)، ص١٧٨- ص١٨٣.

١٠٠- هايد، س .(٢٠٠٨) *.المقابلات والبرامج الحوارية الإذاعية والتلفزيونية*. (أديب خضور، مترجم). دمشق: سلسلة الإعلام التطبيقي.

١٠١- الهذال، عويد سلطان المشعان.(٢٠١٦). *علم النفس الصناعي والتنظيمي*(ط.١).الكويت: دار الفكر.

١٠٢- الوابلي، عبد الله بن محمد.(٢٠٠٥). طبيعة التواصل غير اللفظي وأساليبه المستخدمة مع التلاميذ ذوي التخلف العقلي الشديد والحاد. *المجلة العربية للتربية الخاصة*، (٧)، ص١٣- ص٦٨.

١٠٣- وولتون، د.(٢٠١٢). *الإعلام ليس تواصلاً*(ط.١).(جورج شحادة، مترجم)، بيروت: دار الفارابي.

١٠٤- اليوسف، رامي محمود.(٢٠١٣). المهارات الاجتماعية وعلاقتها بالكفاءة الذاتية المدركة و التحصيل الدراسي العام لدى عينة من طلبة المرحلة المتوسطة في منطقة حائل بالمملكة العربية السعودية في ضوء عدد من المتغيرات. *مجلة الجامعة الإسلامية للدراسات التربوية والنفسية*، المجلد٢١(١)،ص ٣٢٧ -ص ٣٦٥.

References:

1- Amritavalli.R. (٢٠٠٨). Media Work: An Authentic Context for Developing Communication Skills in English. The English and Foreign Languages University,12(3), 1 - 8.

2- Awadh, A,M & Saad, A,M.(2013). Impact of Organizational Culture on Employee Performance. *University Technology Malaysia International Business School*, Malaysia, 2(1), 168- 175.

3- Barraux, J.(2000). Entreprise et performance globale, outils, evaluation et pilotage, économica, Paris.

4- Buck, R& VanLear, A.(2002). Verbal and Nonverbal Communication: Distinguishing Symbolic, Spontaneous, and Pseudo-Spontaneous Nonverbal Behavior. *International Communication Association*, 522-541.

5- Cant, R.P& Aroni ,R.A.(2008). Exploring dietitians' verbal and nonverbal communication skills for effective dietitian–patient communication. *Journal compilation*, Australia, 1-10.

6- chung ,D, KIM,E, Trammell, K & Porter ,L.(2006). Uses and Perceptions of Blogs: A Report on Professional Journalists and Journalism Educators. *Journalism & Mass Communication Educator*, 305-322.

7- Daft. R. L. (2004). *Organizational theory and Design*, 8th ed. Thomson Learning, USA.

8- De liu .C.(2006). De- skilling effects on journalists: ICTS and the Labour process of Taiwanese Newspaper Reporters. Canadian Journal of communication, 31(3), 695- 714.

9-Denina, G, Bhanu, B, Nguyen, H T, Ding, C, Kamal, A, Ravishankar, C, Roy Chowdhury, A, Ivers, A& Varda, B.(2011). Video Web Dataset for Multi-camera Activities and Non-verbal Communication. *University of California*, 335 - 347.

10-Duggan, L.(2014). A quantitative analysis of students' perception of generic skills within an undergraduate electronics/mechanical engineering curriculum. *Letterkenny Institute of Technology*,1-23.

11- Edward, W.,(2008). *The importance of effective communication*-northeastern university, college of business administration. Retrieved 28/5/11 from.

12- Elliott, S. N., Malecki, C. K., and Demaray, M. K. (2001). New directions in social skills assessment and intervention for elementary and middle school students. *Exceptionality*, 9 (1), 19-32.

13-Erbay, F., Arslan, E& Çağdaş ,A.(2011). An Analysis of the Effects of Communication Skills Training Provided to the Mothers of Six-Year-Old Children on the Social Skills of Children. *China Education Review*, 8(3), 384-392.

14-Erozkan, A.(2013). The Effect of Communication Skills and Interpersonal Problem Solving Skills on Social Self-Efficacy. *Educational Consultancy and Research Center*, 13(2), 739-745.

15- Flynn, T.(2014). Do They Have What It Takes? A Review of the Literature on Knowledge, Competencies, and Skills Necessary for Twenty-First-Century Public Relations Practitioners in Canada. *Canadian Journal of Communication*, 39(3), 361 –384.

16-Ghorbanshiroudi, S, Khalatbari, J, Salehi, M, Bahari, S, Keikhayfarzaneh, M M.(2011). The relationship between emotional intelligence and life satisfaction and determining their communication skill test effectiveness. *Indian Journal of Science and Technology*, 4(11), 1560- 1564.

17-Gómez, I& Rodríguez, A.(2012). Strategies for media literacy: Audiovisual skills and the citizenship in Andalusia. *New approaches in educational research*,1(1), .22-26.

18- Hargie, O.(2011). Skilled interpersonal communication, Research, theory and practice.*by Rout ledge*, New York, USA.

19- Hochwarter, W.A , Witt, L.A, Treadway ,D.C, Ferris, G.R.(2006). The Interaction of Social Skill and Organizational Support on Job Performance. *American Psychological Association*, 91(2), , 482–489.

20-Isman, A.(2003). Communication Barriers in Distance Education. *The Turkish Online Journal of Educational Technology*, 2(4), 1303-6521.

21- Light, E.(2011). From Pirates to Partners: The Legalization of Community Radio in Uruguay. *Canadian Journal of Communication*, 36(1), 51 -67.

22- Matin, H.Z, Jandaghi, G, Karimi, F.H, Hamidizadeh, A.(2010). Relationship between Interpersonal Communication Skills and Organizational Commitment. *European Journal of Social Sciences*, 13(3), 387- 398.

23- Pell, M & Monetta, L.(2008). How Parkinson's Disease Affects Non-verbal Communication and Language Processing. *McGill University*, 739–759.

24- Riggio, R, Riggio, H, Salinas, Ch, Cole, E.(2003). The Role of Social and Emotional Communication Skills in Leader Emergence and Effectiveness, *the Educational Publishing Foundation*, 7(2), 83–103.

25- Rowold, J. (2007). "Individual Influences on Knowledge Acquisition in a Call Center Training Context in Germany" , International Journal of Training and Development .11 (1),21-34.

26- sahin, F Y.(2008). CommuniCation Skill levelS in turkiSh ProSPeCtive teachers. *University of Yildiz Technical University*, Istanbul, Turkey, 36(9), 1283-1294.

27- Torppa, C,B.(2009). Nonverbal Communication: Teaching Your Child the Skills of Social Success. *Human Communication and Family Science*, Ohio State University Extension,1-3.

28-Yee, N, Bailenson, J, Urbanek, M, Chang, F& Merget, D.(2007). The Unbearable Likeness of Being Digital: The Persistence of Nonverbal Social Norms in Online Virtual Environments. *Cyberpsycology & behavior* , 10(1), 115 - 121.

29-Zhang, Y.(2009). Reading to Speak: Integrating Oral Communication Skills. *English Teaching Forum*, (1), 32 – 34.

الملاحق

الملحق الأول:

قائمة بأسماء السادة المحكمين لأدوات الدراسة.

الملحق الثاني:

مقياس مهارات التواصل الاجتماعي بصورته الأولية.

الملحق الثالث:

يبين العبارات التي تم حذفها من مقياس مهارات التواصل الاجتماعي من قبل السادة المحكمين.

الملحق الرابع:

يبين العبارات التي تم تعديلها من مقياس مهارات التواصل الاجتماعي من قبل السادة المحكمين.

الملحق الخامس:

يبين العبارات التي تم إضافتها على مقياس مهارات التواصل الاجتماعي من قبل السادة المحكمين.

الملحق السادس:

مقياس مهارات التواصل الاجتماعي بصورته النهائية.

الملحق السابع:

مقياس الأداء الوظيفي بصورته الأولية.

الملحق الثامن:

يبين العبارات التي تم تعديلها من مقياس الأداء الوظيفي من قبل السادة المحكمين.

الملحق التاسع:

مقياس الأداء الوظيفي بصورته النهائية.

الملحق الأول

قائمة بأسماء السادة المحكمين

م	الاسم	المرتبة العلمية	الاختصاص	الجامعة
١	د. غسان منصور	أستاذ مساعد	علم النفس المعرفي	كلية التربية جامعة دمشق
٢	د. محمد العمر	أستاذ مساعد	إعلام، تاريخ الصحافة	كلية الإعلام جامعة دمشق
٣	د. أميمة معراوي	مدرسة	العلاقات العامة والإعلان	كلية الإعلام جامعة دمشق
٤	د. انتصار مقلد	مدرسة	التربية الخاصة	كلية التربية جامعة دمشق
٥	د. بسماء آدم	أستاذ مساعد	علم نفس عام	كلية التربية جامعة دمشق
٦	د. جمال الجرمقاني	مدرس	علم النفس الإعلامي	كلية التربية جامعة دمشق
٧	د. رنا قوشحة	مدرسة	قياس القدرات العقلية	كلية التربية جامعة دمشق
٨	د. صفوان شبلي	قائم بالأعمال	علم النفس الإعلامي	كلية التربية جامعة دمشق
٩	د. عبد العزيز قبلان	مدرس	مناهج البحث العلمي	كلية الإعلام جامعة دمشق
١٠	د. نجوى نادر	مدرسة	علم نفس النمو	كلية التربية جامعة دمشق
١١	د. وائل حديفة	أستاذ مساعد	علم النفس الإعلامي	كلية التربية جامعة دمشق

الملحق الثاني

مقياس مهارات التواصل الاجتماعي بصورته الأولية

مهارات التواصل اللفظي:

م	العبارات	مناسب	غير مناسب	تعديل
١	أستخدم مفردات ثرية.			
٢	أطرح أسئلة معبرة.			
٣	أدلي بتعليقات ذكية.			
٤	أتكيف مع كافة التغييرات المفاجئة التي من الممكن أن تحصل.			
٥	أستخدم عبارات في التعامل مثل: من فضلك، شكراً لك، آسف عند الضرورة.			
٦	أتمتع بالقدرة على إدارة الحوار مع الآخرين.			
٧	أتمتع بالقدرة على المناقشة في موضوعات مختلفة.			
٨	يتشتت ذهني خلال الحوار مع الضيوف في البرنامج.			
٩	أستمع بشكل جيد للطرف الآخر.			
١٠	أقوم بتشجيع الضيف والترحيب والثناء والشكر.			
١١	أستخدم الطرافة والدعابة من وقت لآخر.			

١٢	أتحدث بسرعة كبيرة.			
١٣	أقوم بتكرار بعض الأفكار الهامة التي مرت خلال الحوار.			
١٤	أستمع إلى حديث الآخرين محاولاً فهم ما يقولونه مع إشعارهم بأنني أبذل جهداً في ذلك.			
١٥	أتجنب الجمل الطويلة.			
١٦	أتغلب على كافة الأمور التي تسبب في المقاطعة والتشويش في حديثي مع الطرف الآخر.			
١٧	أتمتع بمهارات لغوية عالية.			
١٨	أقوم بمقاطعة المتحدث لإبداء وجهة نظري.			
١٩	أستعين بالأمثلة لتوضيح الفكرة.			
٢٠	لدي القدرة على لفت أنظار الآخرين عند التحدث في المواقف كافة.			
٢١	أنهي الحديث بشكل مناسب.			
٢٢	أنظم أفكاري في بطاقة أنظر إليها عند الحاجة.			
٢٣	أعطي تغذية راجعة شفوية للمتكلم.			
٢٤	أستخدم العبارات والمصطلحات والتعبيرات الدقيقة التي لا تشوش المعنى.			
٢٥	أساعد المتحدث في أثناء حديثه وذلك بإكمال جمله وأفكاره.			
٢٦	أعرض أفكاري بشكل منظم.			

مهارات التواصل غير اللفظي:

م	العبارات	مناسب	غير مناسب	تعديل
٢٧	أتمتع بالقدرة على السيطرة على نفسي والتحكم بانفعالاتي.			
٢٨	أكون هادئاً في مواقف الغضب والتوتر.			
٢٩	أهتم بالآخرين وأتعاطف معهم.			
٣٠	أتمتع بمظهر لائق.			
٣١	أختار الوقت المناسب للحديث.			
٣٢	أفهم مشاعر الآخرين.			
٣٣	أحاول أن يشعر المتحدث دائماً بأنني مدرك لكل ما يقوله.			
٣٤	أحاول مراقبة التعبيرات غير اللفظية التي تبدو من الطرف الآخر.			
٣٥	أوظف نبرة صوتي لإبراز المعنى.			
٣٦	أزود الضيوف بالقدر الكافي من إرجاع الأثر بالنسبة لحديثهم.			
٣٧	أستخدم تعبيرات وإيماءات وجهي خلال الحديث مع ضيوفي والاستماع لهم.			
٣٨	أقوم بتحريك يدي عند التحدث مع الآخرين.			
٣٩	أنظر إلى المتحدث بشكل متواصل خلال حديثه.			

٤٠	أحرص على اختيار الوقت والمكان الملائمين لتوصيل الرسالة.			
٤١	أظهر ردود فعل سريعة لما يقوله المتحدث.			
٤٢	أوصل بعض المعلومات عن طريق التلميحات غير اللفظية.			
٤٣	أحرص على الاتصال العيني مع الضيوف.			
٤٤	أظهر تعبيرات الوجه الملائمة حتى تتم الاستجابة المقبولة.			
٤٥	أهتم بعامل الوقت عند الحديث لتفادي الملل.			
٤٦	يرتعش صوتي أحياناً أو ينخفض عند بدء تقديمي للموضوع.			
٤٧	أتحكم في حركة يدي أثناء حديثي للآخرين.			
٤٨	أجعل سرعة كلامي لا بالسريع ولا بالبطيء.			
٤٩	أبرز تعبيرات وجهي التي تقول للمتحدث أني مهتم بما يقوله.			

الملحق الثالث

يبين العبارات التي تم حذفها من مقياس مهارات التواصل الاجتماعي من قبل السادة المحكمين.

الرقم	العبارات التي تم حذفها من قبل السادة المحكمين
١	أستخدم مفردات ثرية.
٢	أستمع بشكل جيد للطرف الآخر.
٣	أتجنب الجمل الطويلة.
٤	أتمتع بمهارات لغوية عالية.
٥	أنظم أفكاري في بطاقة أنظر إليها عند الحاجة.
٦	أستخدم العبارات والمصطلحات والتعبيرات الدقيقة التي لا تشوش المعنى.
٧	أساعد المتحدث في أثناء حديثه وذلك بإكمال جمله وأفكاره.
٨	أتمتع بالقدرة على السيطرة على نفسي والتحكم بانفعالاتي.
٩	أختار الوقت المناسب للحديث.
١٠	أستخدم تعبيرات وإيماءات وجهي خلال الحديث مع ضيوفي والاستماع لهم.
١١	أنظر إلى المتحدث بشكل متواصل خلال حديثه.
١٢	أظهر ردود فعل سريعة لما يقوله المتحدث.
١٣	أوصل بعض المعلومات عن طريق التلميحات غير اللفظية.
١٤	أحرص على الاتصال العيني مع الضيوف.
١٥	أظهر تعبيرات الوجه الملائمة حتى تتم الاستجابة المقبولة.
١٦	يرتعش صوتي أحياناً أو ينخفض عند بدء تقديمي للموضوع.
١٧	أتحكم في حركة يدي أثناء حديثي للآخرين.
١٨	أجعل سرعة كلامي لا بالسريع ولا بالبطيء.
١٩	لدي القدرة على لفت أنظار الآخرين عند التحدث في المواقف كافة.

الملحق الرابع

يبين العبارات التي تم تعديلها من مقياس مهارات التواصل الاجتماعي من قبل السادة المحكمين.

	العبارات التي تم تعديلها من قبل السادة المحكمين	
الرقم	قبل التعديل	بعد التعديل
١	أطرح أسئلة معبرة.	تخونني مقدرتي على التعبير.
٢	أدلي بتعليقات ذكية.	أدلي بتعليقات مناسبة على حديث الضيف.
٣	أتمتع بالقدرة على إدارة الحوار مع الآخرين.	أجد صعوبة في إدارة الحوار مع الآخرين.
٤	أتمتع بالقدرة على المناقشة في موضوعات مختلفة.	أشعر بأن النقاش مع الضيوف أمر لا يجدي نفعاً.
٥	أتحدث بسرعة كبيرة.	أتجنب السرعة والبطء في الكلام.
٦	أنهي الحديث بشكل مناسب.	أنهي الحديث بسرعة دون أي تمهيد أو شكر.
٧	أعطي تغذية راجعة شفوية للمتكلم.	أعمل دائماً على تقييم حديث المتكلم وأفكاره.
٨	أعرض أفكاري بشكل منظم.	من الضروري عرض الأفكار بشكل منظم.
٩	أكون هادئاً في مواقف الغضب والتوتر.	أستطيع أن أبدو هادئاً في مواقف الغضب والتوتر.
١٠	أتمتع بمظهر لائق.	أهتم بأن يكون مظهري لائقاً.
١١	أفهم مشاعر الآخرين.	أفهم مشاعر الآخرين من خلال حركاتهم.
١٢	أحاول أن يشعر المتحدث دائماً بأنني مدرك لكل ما يقوله.	أحاول أن يشعر المتحدث دائماً بأنني مدرك لكل ما يقوله من خلال تواصلي البصري معه.
١٣	أحاول مراقبة التعبيرات غير اللفظية التي تبدو من الطرف الآخر.	أفهم التعبيرات غير اللفظية التي تبدو من الطرف الآخر.
١٤	أزود الضيوف بالقدر الكافي من إرجاع الأثر بالنسبة لحديثهم.	أزود الضيوف بالتعبيرات والإيماءات الوجهية الدالة على إصغائي لهم.
١٥	أقوم بتحريك يدي عند التحدث مع الآخرين.	أستخدم حركات اليدين لإبداء بعض ردود الأفعال خلال حديثي مع ضيوفي.
١٦	أحرص على اختيار الوقت والمكان الملائمين لتوصيل الرسالة.	أحرص على اختيار الوقت والمكان اللذين يساعدانني في التفاعل الأفضل مع الآخرين.
١٧	أتكيف مع كافة التغييرات المفاجئة التي من الممكن أن تحصل.	تزعجني التغييرات المفاجئة التي من الممكن أن تحصل في البرنامج.
١٨	أستخدم عبارات في التعامل مثل: من فضلك، شكراً لك، آسف عند الضرورة.	من الضروري استخدام عبارات في التعامل مثل: من فضلك، شكراً لك، آسف.

الملحق الخامس

يبين العبارات التي تم إضافتها على مقياس مهارات التواصل الاجتماعي من قبل السادة المحكمين.

الرقم	العبارات التي تم إضافتها من قبل السادة المحكمين
١	من الضروري مراعاة عمر ومستوى ثقافة الضيف في الحديث معه.
٢	أقوم بهز رأسي عند الاستماع للآخرين للتأكيد على ما يقولونه.
٣	أرتبك عند بدء تقديمي لموضوع ما.

الملحق السادس

مقياس مهارات التواصل الاجتماعي بصورته النهائية

مهارات التواصل اللفظي

م	العبارات	دائماً	غالباً	أحياناً	نادراً	أبداً
١	تخونني مقدرتي على التعبير.					
٢	أطرح أسئلة تفيدني في الحصول على أكبر قدر من المعلومات.					
٣	أدلي بتعليقات مناسبة على حديث الضيف.					
٤	تزعجني التغييرات المفاجئة التي من الممكن أن تحصل في البرنامج.					
٥	من الضروري استخدام عبارات في التعامل مثل: من فضلك، شكراً لك، آسف.					
٦	أجد صعوبة في إدارة الحوار مع الآخرين.					
٧	أشعر بأن النقاش مع الضيوف أمر لا يجدي نفعاً.					
٨	يتشتت ذهني خلال الحوار مع الضيوف في البرنامج.					
٩	أستمع إلى حديث الآخرين محاولاً فهم ما يقولونه مع إشعارهم بأنني أبذل جهداً في ذلك.					
١٠	أقوم بتشجيع الضيف والترحيب والثناء والشكر.					
١١	أستخدم الطرافة والدعابة من وقت لآخر.					
١٢	أتجنب السرعة والبطء في الكلام.					
١٣	أقوم بتكرار بعض الأفكار الهامة التي مرت خلال الحوار.					

١٤	أتغلب على كافة الأمور التي تسبب المقاطعة والتشويش في حديثي مع الطرف الآخر.					
١٥	أقوم بمقاطعة المتحدث بشكل متكرر لإبداء وجهة نظري.					
١٦	أستعين بالأمثلة لتوضيح الفكرة.					
١٧	من الضروري مراعاة عمر ومستوى ثقافة الضيف في الحديث معه.					
١٨	أنهي الحديث بسرعة دون أي تمهيد أو شكر.					
١٩	أعمل دائماً على تقييم حديث المتكلم وأفكاره.					
٢٠	من الضروري عرض الأفكار بشكل منظم.					

مهارات التواصل غير اللفظي

٢١	أستطيع أن أبدو هادئاً في مواقف الغضب والتوتر.					
٢٢	أهتم بالآخرين وأتعاطف معهم.					
٢٣	أهتم بأن يكون مظهري لائقاً.					
٢٤	أفهم مشاعر الآخرين من خلال حركاتهم.					
٢٥	أحاول أن يشعر المتحدث دائماً بأنني مدرك لكل ما يقوله من خلال تواصلي البصري معه.					
٢٦	أفهم التعبيرات غير اللفظية التي تبدو من الطرف الآخر.					
٢٧	أوظف نبرة صوتي لإبراز المعنى.					
٢٨	أزود الضيوف بالتعبيرات والإيماءات الوجهية الدالة على إصغائي لهم.					

٢٩	أستخدم حركات اليدين لإبداء بعض ردود الأفعال خلال حديثي مع ضيوفي.					
٣٠	أجد من الضرورة الحفاظ على مسافة ملائمة بيني وبين متحدثي.					
٣١	أنظر إلى عين المتحدث بشكل متواصل خلال حديثه.					
٣٢	أحرص على اختيار الوقت والمكان اللذين يساعدانني في التفاعل الأفضل مع الآخرين.					
٣٣	أبرز تعبيرات وجهي التي تقول للمتحدث أني مهتم بما يقوله.					
٣٤	أقوم بهز رأسي عند الاستماع للآخرين للتأكيد على ما يقولونه.					
٣٥	أرتبك عند بدء تقديمي لموضوع ما.					
٣٦	أهتم بعامل الوقت عند الحديث لتفادي الملل.					

الملحق السابع

مقياس الأداء الوظيفي بصورته الأولية

كفاءة الأداء:

م	العبارات	مناسب	غير مناسب	تعديل
١	ألتزم بتنفيذ الواجبات والتعليمات المنظمة لعملي.			
٢	أراعي التوقيت المطلوب لإنجاز الأعمال المكلف بها.			
٣	أحرص على تحسين مستوى أدائي.			
٤	أنفذ الأعمال المطلوبة بكفاءة وفعالية.			
٥	أتمتع بسرعة عالية في إنجاز أعمالي.			
٦	أخطط مسبقاً للوصول إلى الأداء الأفضل.			
٧	لدي استعداد لتحمل مسؤوليات كثيرة.			
٨	يستشيرني زملائي في كثير من الأمور التي يجهلونها في العمل.			
٩	أناقش زملائي بهدف تحسين الأداء.			
١٠	أستطيع أن أعالج الأحداث الجارية إعلامياً.			
١١	أشعر بأن الإعلامي بحاجة دائماً إلى تعلم أشياء جديدة في مجال			

	الإعلام.			
١٢	أسعى دائماً إلى التعلم الذاتي والتطوير العلمي.			
١٣	أحدد الأفعال الخاطئة في تصرفاتي وأعمل على عدم تكرارها.			
١٤	أحضر جيداً للموضوع الذي سأناقش به في البرنامج.			
١٥	أعمل على التركيز على نقاط القوة التي أمتلكها وتوظيفها في العمل.			
١٦	أسعى إلى تطوير مهاراتي وقدراتي في العمل.			

مستوى الأداء:

م	العبارات	مناسب	غير مناسب	تعديل
١٧	أتعرف على احتياجات الجمهور وأعمل على حل مشاكلهم.			
١٨	أنا قادر على التكيف وإنجاز الأعمال في الحالات الطارئة.			
١٩	لدي القدرة على الحوار وإدارة النقاش والتواصل مع الزملاء.			
٢٠	أفكر في الحلول لمختلف المشاكل التي تواجهني خلال أدائي لعملي.			
٢١	لدي ميول للتكيف مع ظروف العمل الصعبة.			
٢٢	أتلقى المديح والثناء على أدائي.			

٢٣	أستفيد من الخبرات السابقة لتحسين أدائي.			
٢٤	لدي القدرة على التعامل مع التكنولوجيا الحديثة وربطها بالعمل.			
٢٥	تجمعني علاقات محبة وتعاون مع زملائي في العمل.			
٢٦	أستفيد من التجارب السابقة في سبيل تطوير أدائي.			
٢٧	يوجد تواصل جيد بيني وبين الإدارة.			
٢٨	تلقى البرامج الإعلامية التي أقدمها مشاهدة عالية.			
٢٩	أقدم كل مساعدة ممكنة يحتاجها الزملاء الإعلاميين.			

الملحق الثامن

يبين العبارات التي تم تعديلها من مقياس الأداء الوظيفي من قبل السادة المحكمين.

الرقم	العبارات التي تم تعديلها من قبل السادة المحكمين	
	قبل التعديل	بعد التعديل
١	ألتزم بتنفيذ الواجبات والتعليمات المنظمة لعملي.	من واجبات الإعلامي الالتزام بالتعليمات المنظمة للعمل.
٢	أراعي التوقيت المطلوب لإنجاز الأعمال المكلف بها.	ألاحظ أن الإعلامي ينجز عمله ضمن الوقت المتوقع والمخطط له.
٣	أحرص على تحسين مستوى أدائي.	أنفذ عملي بالطريقة نفسها منذ بدأت في العمل.
٤	أنفذ الأعمال المطلوبة بكفاءة وفعالية.	أعتقد أن الإعلامي ينفذ الأعمال المطلوبة منه بكفاءة عالية.
٥	أتمتع بسرعة عالية في إنجاز أعمالي.	أستغرق وقتاً أطول من اللازم لإنجاز أعمالي.
٦	أخطط مسبقاً للوصول إلى الأداء الأفضل.	أعتقد أن التخطيط المسبق لأي عمل هو السبيل للنتائج الأفضل.
٧	لدي استعداد لتحمل مسؤوليات كثيرة.	يتحمل الإعلامي مسؤوليات كثيرة.
٨	يستشيرني زملائي في كثير من الأمور التي يجهلونها في العمل.	من الضروري استشارة زملائي في الأمور التي أجهلها في العمل.
٩	أستطيع أن أعالج الأحداث الجارية إعلامياً.	أعتقد بأن الإعلامي قادر على تحليل الأحداث الجارية.
١٠	أشعر بأن الإعلامي بحاجة دائماً إلى تعلم أشياء جديدة في مجال الإعلام.	أشعر بأن الإعلامي بحاجة إلى تعلم أشياء جديدة في مجال عمله.
١١	أسعى دائماً إلى التعلم الذاتي والتطوير العلمي.	أملك الوقت الكافي لأقرأ بعض المؤلفات حول مجال عملي.
١٢	أحدد الأفعال الخاطئة في تصرفاتي وأعمل على عدم تكرارها.	أراجع عملي السابق وأستفيد من أخطائي فيه.
١٣	أحضر جيداً للموضوع الذي سأناقش به في البرنامج.	التحضير لموضوع سأناقشه في برنامج ما، يحتاج مني إلى وقت طويل.
١٤	أسعى إلى تطوير مهاراتي وقدراتي في العمل.	أقوم باتباع دورات في مجال الإعلام.
١٥	أتعرف على احتياجات الجمهور وأعمل على حل مشاكلهم.	من مهام الإعلامي التعرف على احتياجات الجمهور وحل

		مشاكلهم.
١٦	أنا قادر على التكيف وإنجاز الأعمال في الحالات الطارئة.	أجد أن الإعلامي قادر على إنجاز الأعمال في الحالات الطارئة.
١٧	لدي القدرة على الحوار وإدارة النقاش والتواصل مع الزملاء.	أعتقد أن الإعلامي بحاجة إلى تطوير قدراته على إدارة الحوار.
١٨	أفكر في الحلول لمختلف المشاكل التي تواجهني خلال أدائي لعملي.	أملك الوقت الكافي للتفكير في حلول للمشاكل التي تواجهني في العمل.
١٩	لدي ميول للتكيف مع ظروف العمل الصعبة.	أكره العمل في الظروف الصعبة(أمنية، مناخية).
٢٠	لدي القدرة على التعامل مع التكنولوجيا الحديثة وربطها بالعمل.	من الضروري ربط التكنولوجيا الحديثة بالعمل.
٢١	تلقى البرامج الإعلامية التي أقدمها مشاهدة عالية.	تلقى البرامج الإعلامية السورية مشاهدة عالية.
٢٢	أقدم كل مساعدة ممكنة يحتاجها الزملاء الإعلاميين.	أملك الوقت الكافي لمساعدة الزملاء الإعلاميين.

الملحق التاسع

مقياس الأداء الوظيفي بصورته النهائية

كفاءة الأداء

م	العبارات	دائماً	غالباً	أحياناً	نادراً	أبداً
١	من واجبات الإعلامي الالتزام بالتعليمات المنظمة للعمل.					
٢	ألاحظ أن الإعلامي ينجز عمله ضمن الوقت المتوقع والمخطط له.					
٣	أنفذ عملي بالطريقة نفسها منذ بدأت في العمل.					
٤	أعتقد أن الإعلامي ينفذ الأعمال المطلوبة منه بكفاءة عالية.					
٥	أستغرق وقتاً أطول من اللازم لإنجاز أعمالي.					
٦	أعتقد أن التخطيط المسبق لأي عمل هو السبيل للنتائج الأفضل.					
٧	يتحمل الإعلامي مسؤوليات كثيرة.					
٨	من الضروري استشارة زملائي في الأمور التي أجهلها في العمل.					
٩	أناقش زملائي بهدف تحسين الأداء.					
١٠	أعتقد بأن الإعلامي قادر على تحليل الأحداث الجارية.					
١١	أشعر بأن الإعلامي بحاجة إلى تعلم أشياء جديدة في مجال عمله.					
١٢	أملك الوقت الكافي لأقرأ بعض المؤلفات حول مجال عملي.					

١٣	أراجع عملي السابق وأستفيد من أخطائي فيه.					
١٤	التحضير لموضوع سأناقشه في برنامج ما، يحتاج مني إلى وقت طويل.					
١٥	أعمل على التركيز على نقاط القوة التي أمتلكها وتوظيفها في العمل.					
١٦	أقوم باتباع دورات في مجال الإعلام.					

مستوى الأداء

١٧	من مهام الإعلامي التعرف على احتياجات الجمهور وحل مشاكلهم.					
١٨	أجد أن الإعلامي قادر على إنجاز الأعمال في الحالات الطارئة.					
١٩	أعتقد أن الإعلامي بحاجة إلى تطوير قدراته على إدارة الحوار.					
٢٠	أملك الوقت الكافي للتفكير في حلول للمشاكل التي تواجهني في العمل.					
٢١	أكره العمل في الظروف الصعبة(أمنية، مناخية).					
٢٢	أتلقى المديح والثناء على أدائي.					
٢٣	أستفيد من الخبرات السابقة لتحسين أدائي.					
٢٤	من الضروري ربط التكنولوجيا الحديثة بالعمل.					
٢٥	تجمعني علاقات محبة وتعاون مع زملائي في العمل.					
٢٦	أستفيد من التجارب السابقة في سبيل تطوير أدائي.					

٢٧	يوجد تواصل جيد بيني وبين الإدارة.					
٢٨	تلقى البرامج الإعلامية السورية مشاهدة عالية.					
٢٩	أملك الوقت الكافي لمساعدة الزملاء الإعلاميين.					

The studying summary in English

Social communication skills and their relationship to job performance with the Syrian media professionals

A field study in a sample of the Syrian media professionals at the Public Authority for Radio and Television

First of all : Introduction of the study:

The humanity turned into a social life is turned owes essentially to the interaction between humans And advanced communication capabilities enjoyed by human, the Communication is considered the backbone of the community, Where is a fundamental process for the other creatures, and Without contact the human live isolated from his fellow man in the rest of society, Whether the isolation cultural or social, Where it develops an individual's personality influenced by traditions, Cultural and social heritage and experiences fought by, And polished environment and culture that lives in the shadow.

Second: the problem of the study and justification:

Media professional should be familiar with social Communication skills That work on the development of media analytical skills by reviewing the appropriate contact concepts And increase their ability to think and conclude accurately and enable them to use their expertise and experience And it refers both Gómez & Rodríguez (2012) in their study to The knowledge and skills useful communication to reach the targets for audio and visual skills Development of these competencies to be able to participate in different dimensions, including communicative and technological dimension One of the basic competencies in media education: understanding, creative, consumption, citizenship, and intercultural communication, Riggio et al (2003) mentioned that the social communication skills play a viable role in determining the success of the performance at work, "Through good communication there are many advantages that can be achieved in the field of work and performance, Including: the promotion of a wide network of social relationships characterized by trust and goodwill and reciprocity Note

also that the field researcher and through inadvertent contact with broadcasters and announcers at the Public Authority for Radio and Television, some of them express the lack of media training courses, for the skills of social networking and media performance Or availability, but in high costs, which cause preventing the enrollment of media professionals in the courses and the lack of time, and this is what the researcher has increased a sense of the problem.

In light of the above can be selected the problem of this research in the following question:

What the nature of the relationship between social communication skills and job performance of the media professionals?

Third: the importance of the study: are as follows:

1- This study is one of the important topics that shed light on the media professionals of social communication skills and their relationship to their job performance.

2- benefit from the results of this research to carry out training courses for the media professionals to improve their professional performance and mastery of social communication skills and dedication to social communication media in their service.

Fourth: The objectives of the study: The present study sought to identify:

1- the correlation between social communication skills and job performance of the study sample depending on the variables (gender, years of work, media work).

2- detection of the differences between the mean scores of the study sample on measurements of social communication skills and job performance depending on the variables (gender, years of work, media work).

Fifth: The question of the study:

In the light of the objectives of the study is trying to answer the following two questions:

1- What is the level of social communication skills among a sample study of media professionals members?

2- What is the level of job performance in a sample study of media professionals members?

Sixth: The hypotheses of the study:

The following assumptions will be tested at the significance level (0.05):

The first hypothesis: There is no correlation statistically significant between the social communication skills and job performance among a sample search of media professionals.

The second, third, Fourth hypothesis: There is no correlation statistically significant between the social communication skills and job performance of the sample according to (gender, media work, working years).

The Fifth, Sixth, Seventh hypothesis: There are no statistically significant differences between mean scores of members of the research sample on a measure of social communication skills due to the variables (gender, media work, working years).

The Eighth, Ninth, tenth hypothesis: There are no statistically significant differences between mean scores of members of the research sample on a measure of job performance due to the variables (gender, media work, working years).

Seventh: study methodology and steps:

The Researcher descriptive analytical method, which is preparing a study tools and arbitration, and choose samples have adopted the same basic characteristics of it, to make the necessary to calculate the validity and reliability indicators studies.

Eighth: the original community of the study:

The original community consisted of the study of all media professionals broadcasters Syrians working in the Public Authority for Radio and Television in Damascus The number of members of the original community (214) presenter and broadcaster.

Ninth: The study sample:

The number of sample members amount in the current study (176) media professionals.

Tenth: Tools of the study:

social communication skills measure and job performance measure of the researcher.

Eleven: the limits of the study:

The study tools have been applied in the period from (19/4) until (10/5), to a sample of media broadcasters working in the Public Authority for Radio and Television, and that the number of members (176) presenter and broadcaster.

twelfth: The results of the study:

My question is regarding the results of the study:

The results showed that the degree of social communication skills and job performance are very high among Syrians media professionals broadcasters and announcers, at the Public Authority for Radio and Television.

related to the results of the hypotheses of the study:

The First hypothesis: There is a positive correlation statistically significant between the social communication skills and job performance among a sample search of media professionals.

The second, third, Fourth hypothesis: There is a positive correlation statistically significant between the social communication skills and job performance among a sample according to gender, media work, working years.

The Fifth hypothesis: There are no statistically significant differences between mean scores of members of the research sample on a scale of social communication skills and sub-dimensions due to the variable gender.

The sixth Hypothesis: There are no statistically significant differences between mean scores of members of the research sample on a scale of social communication skills due to the variable media work (radio, television) for a dimension in non-verbal communication, and the results indicate the existence of significant differences within verbal communication and the total score the a measure in favor of working in television.

The seventh Hypothesis: There are statistically significant differences between the mean scores of the sample individuals for the benefit of most old and experience at the work.

The Eight Hypothesis: There are no statistically significant differences between mean scores of members of the research sample, at level of performance and the total score to a measure job performance can be attributed to the variable of gender, as results showed the existence of significant differences between the mean scores of male broadcasters and the mean scores of broadcasters females for dimension efficiency performance in favor of males

The ninth Hypothesis: There are no statistically significant differences between mean scores of broadcasters working in the television and the mean scores of broadcasters working in the radio for dimension the performance level of the scale can be attributed to the media work, and the results indicate the existence of significant differences within the performance efficiency of the total score of the scale for the benefit of working in television.

The tenth Hypothesis: There are statistically significant differences between the mean scores of the sample individuals for the benefit of most old and experience at the work